PEQUENAS EMPRESAS & GRANDES NEGÓCIOS
www.pegn.globo.com
ABRIL 2005 • Nº 195 • R$ 7,90

ESPECIAL

Pesquisamos **1.500 endereços na internet** e escolhemos os melhores para quem toca o próprio negócio

AS LIÇÕES DOS VENCEDORES

EDITORA GLOBO

Conheça as características que levaram 30 grandes empreendedores ao sucesso e saiba como você pode chegar lá também

DISCIPLINA

ANTONIO ERMÍRIO DE MORAES
Presidente do Grupo Votorantim

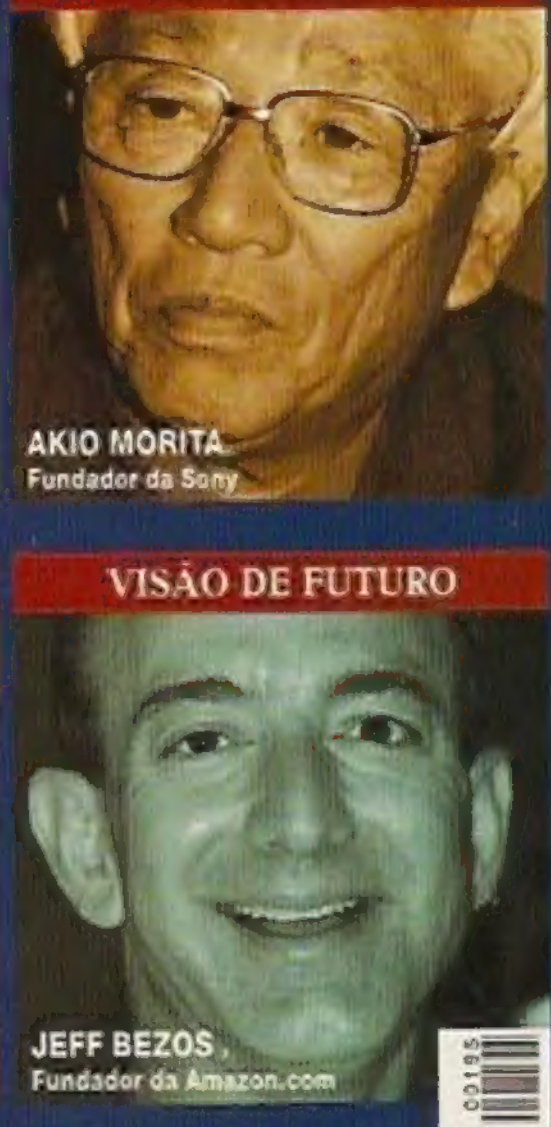
AUTOCONFIANÇA

BILL GATES
Fundador da Microsoft

PAIXÃO

COMANDANTE ROLIM
Fundador da TAM

CRIATIVIDADE



AKIO MORITA
Fundador da Sony

PERSUASÃO

ANITA RODDICK
Fundadora da Body Shop

CAPACIDADE DE SONHAR

WALT DISNEY
Fundador da Disney

LIDERANÇA

LUÍZA HELENA
Presidenta do Magazine Luiza

VISÃO DE FUTURO

JEFF BEZOS
Fundador da Amazon.com

SEDUÇÃO
"Eu me apaixonei pela minha funcionária"

FINANÇAS
A receita para ter mais chances de conseguir um empréstimo

SEJA SEU PATRÃO
As franquias que custam de R$ 5.000 a R$ 30.000

ISSN 0104-2297

Carlos Leal
Sócio da
Leal Propaganda
Belém - PA

A falta de mobilidade não permitia que os sócios otimizassem o processo de aprovação de campanhas e a troca de informações.

CDMA
A TECNOLOGIA DO FUTURO.
A TECNOLOGIA DA VIVO.

Descubra você também
o que a Vivo Empresas pode
fazer pelo seu negócio.
Ligue 0800 11 10 40.

MAIS PRODUTIV
MAIS
MAIS AGIL

Hoje os sócios possuem uma agência virtual que permite que as peças sejam recebidas em tempo real, reduzindo os custos, otimizando em 100% seu tempo e aumentando a satisfação dos clientes.

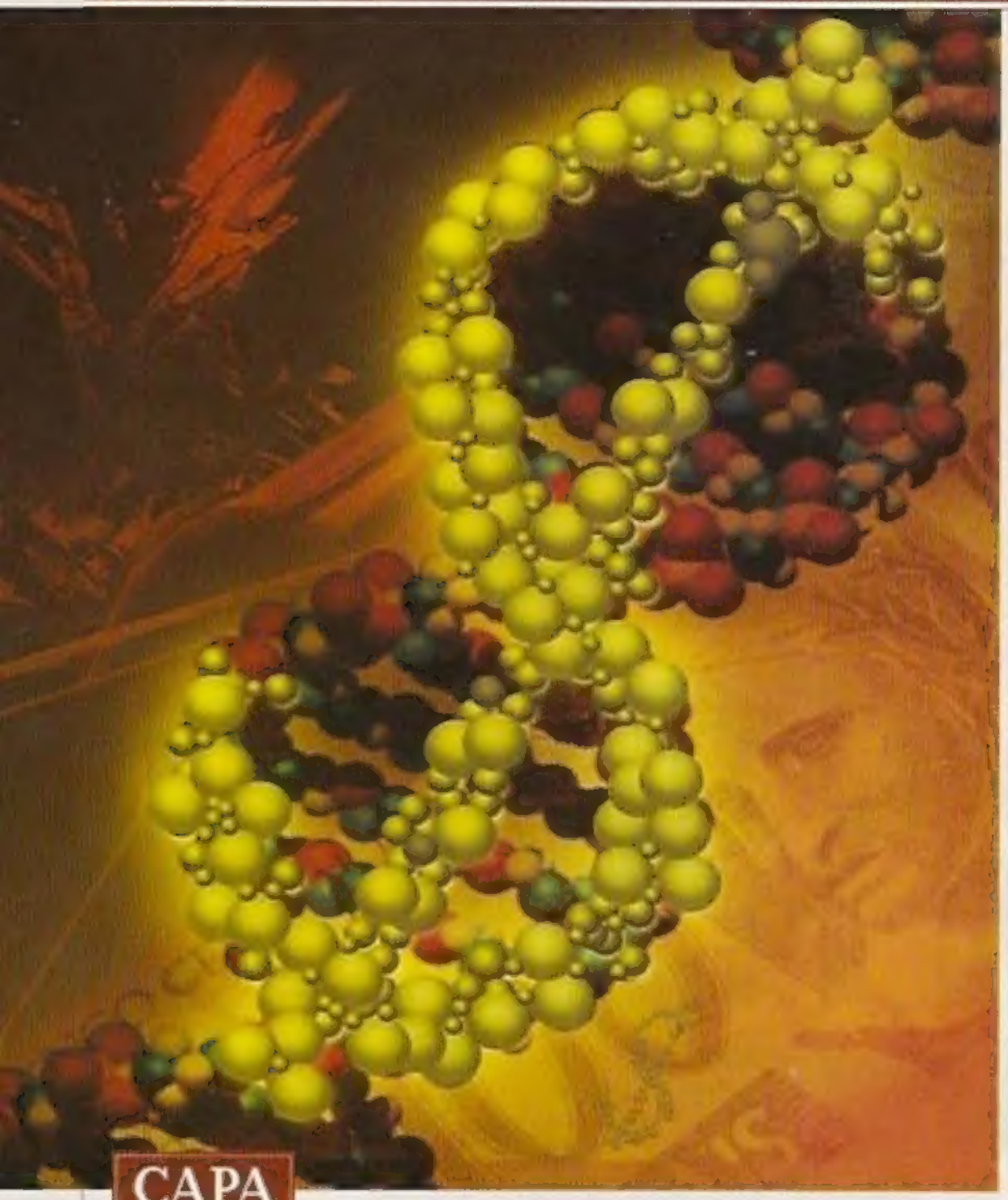
Contrataram a solução de internet móvel em banda larga da Vivo Empresas e agilizaram o recebimento e o envio de e-mails, layouts, roteiros de filmes, entre outros materiais, aos clientes.

Para mais informações acesse **www.vivo.com.br/vivoempresas**

IDADE
EFICIÊNCIA
IDADE

VIVO
EMPRESAS
Sua empresa está nos nossos planos.

SUMÁRIO



CAPA

36 O DNA DOS VENCEDORES
Conheça as características que fizeram a diferença para 30 grandes empreendedores, do Brasil e do mundo, alcançarem o sucesso no mundo dos negócios — e saiba o que você pode fazer para desenvolvê-las e aperfeiçoá-las

FRANQUIAS 30
As histórias de sucesso das redes que nasceram fora do eixo Rio–São Paulo, como a confeitaria Bom de Vera, de Fortaleza, e a Quatrum, escola de idiomas de Porto Alegre

54 SOB O SIGNO DA SEDUÇÃO
Um relacionamento amoroso com um(uma) funcionário(a) pode ter um efeito desastroso no negócio e na vida dos parceiros. Veja como evitar problemas se isso acontecer com você

66 OS SITES CAMPEÕES
Selecionamos os 54 melhores endereços da internet para empreendedores, em onze categorias: portais para pequenas e médias empresas, bancos, governo, comércio eletrônico, dados e pesquisas, entidades, planejamento fiscal, recrutamento, tecnologia, inventores e internacionais

CAPA: foto de EDILSON LOPES/DIÁRIO DE S. PAULO; AFP PHOTO/FILES/DANIEL JANIN; SERGIO TOMISAVI / DIÁRIO DE S. PAULO; AFP PHOTO; EYEPRESS/ AFP; ARQUIVO CEDOC; SEBASTIAO MOREIRA/AE E PHOTO BY NYPP/ZUMA PRESS/KEYSTONE

61 HERÓIS DA RESISTÊNCIA

Na nona etapa do nosso reality show empresarial, os dois empreendedores que conseguiram sobreviver, dos quatro que iniciaram o projeto em julho do ano passado, vão de vento em popa e já planejam a expansão @

101 O BARATO DAS FRANQUIAS

Conheça as redes que exigem investimentos entre 5.000 e 30.000 reais para você deixar para trás a vida de assalariado

O símbolo @ indica as reportagens com conteúdo complementar no site da revista www.pegn.globo.com

SEÇÕES

Circuito

10 Resultado positivo
Série de manifestações dos empresários traz resultados favoráveis

12 Minientrevista
A professora Betania Tanure, da Fundação Dom Cabral, diz como agir durante os processos de mudança

13 Melhores marcas
Tem início em abril a pesquisa que vai determinar quais redes receberão o prêmio em 2005 @

Negócios & Franquias

16 Descanso com luxo
Dono do Hotel Unique, de São Paulo, constrói spa com chalés assinados pelo arquiteto Ruy Ohtake

22 As Boas Idéias do Mês
Ginástica antiestresse, franquia da rede Multicoisas e monitoramento domiciliar de pacientes crônicos

Gestão

86 Dinheiro não cai do céu
Saiba como ouvir um sim do gerente ao pedir um papagaio no banco

88 Dê conta do recado
Na hora de falar com o consumidor, trabalhe com vários roteiros e passe a mensagem sem parecer decoreba

Tecnologia

92 Um basta aos fios
Confira quando vale a pena apostar numa rede sem fio

94 Bonito na foto
Conheça alguns modelos de câmeras eletrônicas disponíveis no mercado

Vida Pessoal

96 Visual impecável
Especialistas em moda revelam qual é o guarda-roupa nota 10

ETC.

6 Carta do editor
7 Correio
8 Divã do empreendedor
114 Sopa de pedra

CacauShow
Qualidade Sempre Presente

O jeito gostoso de fazer o seu próprio negócio!

- 170 Lojas em atividade, todas com resultado positivo
- Preços altamente competitivos associados a excelente qualidade nos produtos
- Isenção de taxa de propaganda
- Investimento total inicial a partir de R$ 60.000.00 (Todos os custos, inclusive, estoque, taxa de franquia e instalações)
- Franqueadora sólida e estável, maior produtora de chocolates finos do Brasil
- Segurança da supervisão e treinamento completo
- Alto índice de satisfação da rede, principalmente no que se refere ao retorno do capital

Não abra uma franquia sem antes falar conosco!

Contato: www.cacaushow.com.br
(11) 3959.2818 // (11) 3959.2800

Receba em Casa

Filmes e Manuais

www.cpt.com.br

Videocursos CPT

Informações Práticas Para Montar Seu Próprio Negócio

O trabalho de nossa equipe foi reconhecido

CPT

Empresa Destaque Nacional

pelo

SEBRAE MBC

TREINAMENTO DE MANIPULADORES DE ALIMENTOS

A segurança alimentar depende fundamentalmente dos manipuladores, pois são eles que manuseiam os alimentos a serem preparados. Aborda: microbiologia; higienização dos manipuladores; características das instalações; higienização na manipulação dos alimentos; higienização dos equipamentos; e nas áreas de manipulação.
Coord. Técnica: Bióloga Adriana Lara Fonseca, especialista em técnicas de segurança na manipulação de alimentos e diretora da Seatech - Segurança Alimentar.

Filme: 59 min. Manual: 147 pág.

CURSO DE NEGOCIAÇÃO

Técnicas e Estratégias de Sucesso
Moderno e atualizado, com detalhes importantes que vão fazer você agir, de forma diferente, na hora de negociar e se surpreender com os resultados. Indicado para negociadores, empresários, treinamento de funcionários e para professores.
Coord. Técnica: Raquel Carneiro Silva, professora, especialista e consultora de empresas e Nelson Fernandes Maciel, professor e empresário.

Dur.: 72 min. Manual: 108 pág.

COMO TORNAR SEU SÍTIO LUCRATIVO

Conheça os métodos para obter sucesso na pequena propriedade rural usando o manejo integrado, verticalização da produção e com canais direto de comercialização. Você vai ver como um pequeno produtor em apenas 3 ha de área agricultável consegue faturar 30 mil reais por mês. É destacada a importância de instalações com baixo investimento e criatividade.
Coord. Técnica: José Renato Bravo, produtor rural, pioneiro em turismo rural no Distrito Federal que já proferiu centenas de palestras sobre o assunto no país.

Filme: 80 min. Manual: 166 pág.

FALANDO EM PÚBLICO

Aprenda as técnicas para você promover e ministrar boas palestras, discursos e entrevistas. Saiba como conduzir uma reunião. Aborda a comunicação pessoal, força da voz, respiração, dicção e locução, preparação e apresentação de discursos e palestras, falando de improviso, apresentando no rádio, TV, aula e reuniões na empresa.
Coord. Técnica: Prof. Marcos Antônio Barbosa, PhD e consultor de empresas. Contamos também com a participação especial do jornalista e locutor profissional, José Mauro de Souza Lima.

Filme: 82 min. Manual: 85 pág.

COMO ADMINISTRAR PEQUENAS EMPRESAS

Aprenda as práticas de administração que levam a pequena empresa ao sucesso. Aborda: mercado, planejamento, contratação de pessoal, controle de custo, estoque, compras, investimento e estratégias de sobrevivência.
Coord. Técnica: Prof. Hélvio Tadeu Cury Prazeres, Mestre em Marketing, Sistemas de Informação e Processo Decisório, e especialista em Análise de Sistemas e Administração Financeira e Consultor de varias empresas em todo o Brasil.

Filme: 75 min. Manual: 351 pág.

FABRICAÇÃO DE PRODUTOS DE LIMPEZA

Processo Artesanal

Para abrir seu próprio negócio ou produzir para o consumo doméstico. Materiais e equipamentos. **Produtos para Limpeza de roupas:** amaciantes, sabão em pó e alvejante a base de cloro e outros. **Limpeza de casa:** desinfetante, detergente neutro, água sanitária, sabão em barra, ceras e outros. **Limpeza de automóveis:** aromatizador, limpa-pneus, shampoo para autos e uma pasta para os mecânicos limparem a graxa das mãos. Embalagem e rótulo. Comercialização.
Coord. Técnica: Profª Eliana Aparecida Rodella, formada em manipulação em cosmetologia e uso de biativos.

Filme: 53 min. Manual: 152 pág.

VIDEOCURSOS PRODUZIDOS EM PARCERIA COM AS MELHORES UNIVERSIDADES E COORDENADOS POR DESTACADOS ESPECIALISTAS.

APRENDA, TAMBÉM, COMO MONTAR UM(A):

- PET SHOP
- CANIL
- FLORICULTURA
- TELEMARKETING
- LOJA VIRTUAL
- QUEIJARIA
- EMPRESA DE CONTROLE DE PRAGAS DOMÉSTICAS
- EMPRESA DE MANUTENÇÃO DE JARDINS
- FÁBRICA DE FRUTAS DESIDRATADAS
- ACADEMIA DE GINÁSTICA
- CENTRO DE CONVIVÊNCIA PARA IDOSOS
- LOJA DE AQUÁRIOS
- FÁBRICA DE PIZZA CONGELADA
- PANIFICADORA
- FÁBRICA DE DOCES E GELÉIAS
- OFICINA DE ENCADERNAÇÃO
- PEQUENA GRÁFICA
- AGÊNCIA DE ECOTURISMO
- BERÇÁRIO E CRECHE
- TORREFADORA DE CAFÉ
- COZINHA COMERCIAL
- ESTAMPARIA - SILK-SCREEN
- RESTAURANTE SELF-SERVICE
- BUTIQUE DE CARNES
- FÁBRICA DE PÃO DE QUEIJO
- PASTELARIA

580 VIDEOCURSOS PARA AUXILIAR NA IMPLANTAÇÃO DO SEU NEGÓCIO

(31) 3899.7000

Solicite GRATUITAMENTE a revista "Tecnologia e Treinamento" com o catálogo completo de Videocursos CPT e matérias assinadas pelos coordenadores técnicos.

E-mail: vendas@cpt.com.br · Caixa Postal 01 · CEP 36570-000 · VIÇOSA / MG

Ligue e Faça Seu Pedido

CPT CENTRO DE PRODUÇÕES TÉCNICAS

GIOVANNI.FCB

PROBLEMA COM INTERNET SÓ TEM GRAÇA QUANDO NÃO É NA SUA EMPRESA.

IP Fácil Intelig Telecom. Facilidade, agilidade e economia para sua empresa se conectar à Internet.

O IP Fácil é um produto pré-formatado simples e fácil de ser contratado, desde a confecção da proposta até a instalação do serviço. Isso quer dizer que você não precisa ser um especialista em telecomunicação para conseguir ganhar eficiência e diminuir custos. Com o IP Fácil, o seu acesso à Internet é dedicado e você tem **100% de garantia da velocidade contratada**, diferente dos acessos de banda larga do mercado. E tudo isso **por um preço que cabe direitinho no orçamento da sua empresa.** Fale com um dos nossos Agentes Autorizados. A Internet da sua empresa nunca mais vai ser a mesma depois desse telefonema.

Anatel 0800 33 2001

intelig Telecom

Ligue e agende uma visita:

0800 888 11 23

www.inteligtelecom.com.br

Tem tudo. E mais um muito.

O DNA DOS VENCEDORES

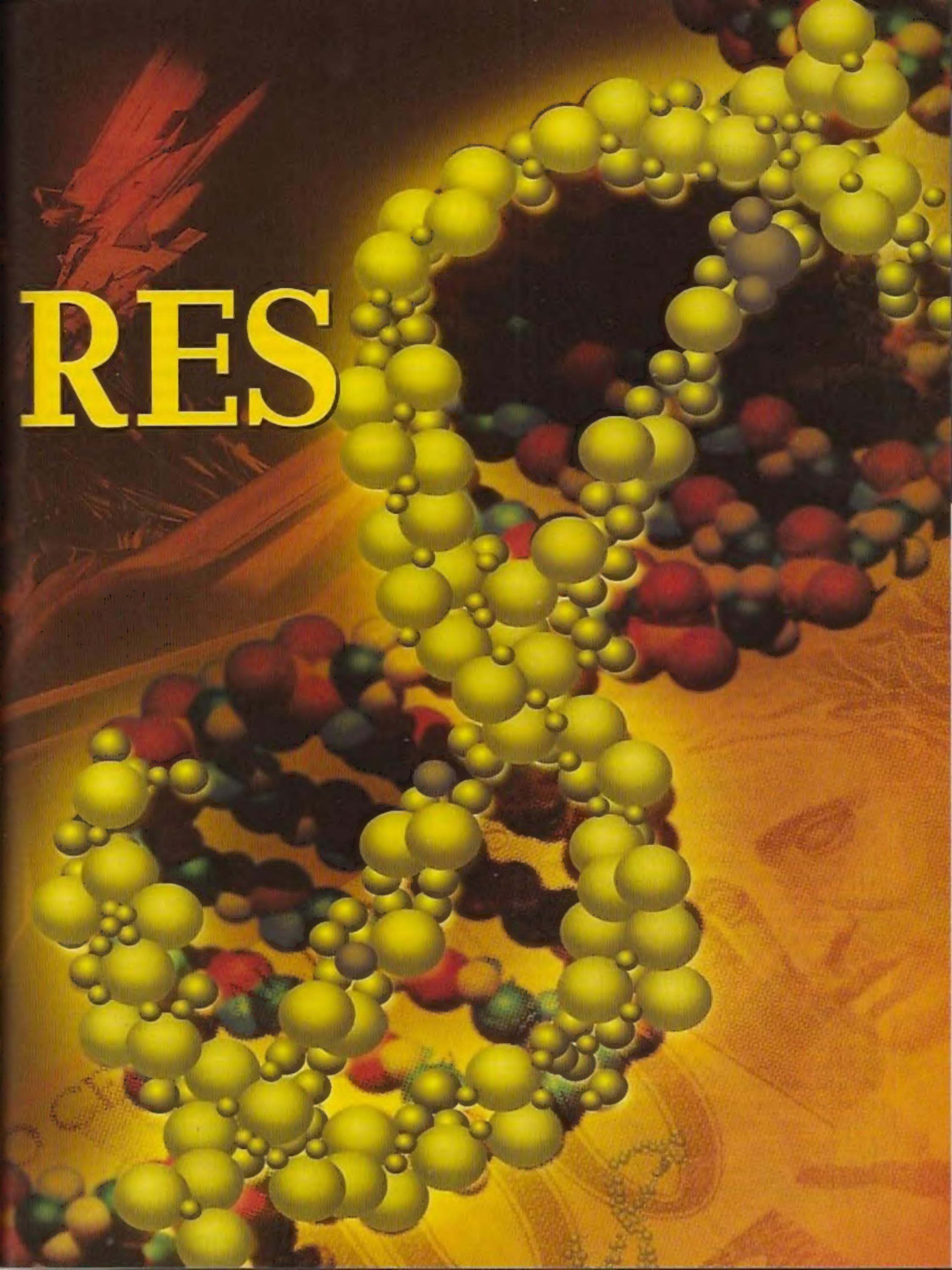
Conheça as características que fizeram a diferença para que 30 superempreendedores alcançassem o sucesso e saiba como você também pode chegar lá

POR KATIA SIMÕES*

Caro leitor, sua atenção, por favor: a partir de agora, você vai entrar no mundo mágico dos grandes empreendedores. Eles pertencem a uma linhagem rara, raríssima. Fizeram de seus negócios, muitos dos quais iniciados praticamente do nada, poderosos impérios empresariais. Suas trajetórias, com certeza, têm muito a ensinar. Por isso, vale a pena ouvir o que eles têm a dizer. Principalmente quando vão falar sobre os seus segredos para chegar ao topo do pódio, como é o caso aqui.

Nesta reportagem especial de **Pequenas Empresas & Grandes Negócios**, com um total de 17 páginas, você conhecerá os ensinamentos de alguns dos maiores empreendedores de todos os tempos, do Brasil e do exterior, para conseguir alcançar o sucesso nos negócios. Vai saber também quais características fizeram a diferença para eles chegarem lá e uma série de dicas práticas para você poder desenvolvê-las e aperfeiçoá-las. Ao final, ainda poderá fazer um teste, elaborado pelo consultor César Souza, sócio da operação brasileira do Monitor Group, empresa internacional de consultoria especializada em estratégia, e autor do livro *Você é do Tamanho de Seus Sonhos* (Editora Gente, 31,90 reais, 183 págs.).

Selecionamos um verdadeiro *dream team* empresarial para ajudá-lo a se tornar também um vencedor. É gente como Bill Gates, da Microsoft, Akio Morita, da Sony, Rolim Amaro, da TAM, Anita Roddick, da The Body Shop, e Samuel Klein, das Casas Bahia. E isso é só um aperitivo. No total, são 30 empreendedores da melhor estirpe, dos mais diversos ramos de atividade, que dão toques preciosos para quem já conduz o próprio negócio e mesmo para quem ainda é assalariado mas pretende ser o seu próprio patrão em breve. "Não é preciso reinventar a roda para inovar", ensina Morita, um campeão mundial em inovação. "Em primeiro lugar, é preciso ter simpatia", diz Klein, cuja habilidade comercial é tida como uma das razões do enorme sucesso alcançado ▸


RES

"Tenha uma boa idéia e persiga-a até que ela se realize do melhor modo"

WALT DISNEY, *fundador da Disney*

por sua empresa. "Sem simpatia não se conquistam clientes."

Obviamente, há muitos outros grandes empreendedores, aqui ou lá fora, que não fazem parte da nossa seleção. A escolha não levou em conta critérios científicos. Ela foi feita empiricamente, com base em listas elaboradas no exterior enriquecidas por sugestões de empresários, acadêmicos e jornalistas da revista. Mesmo assim, acreditamos que o resultado final tem substância. "É um grupo de empreendedores com grande sensibilidade para enxergar novas oportunidades" afirma Luiz Fernando Garcia, credenciado pela ONU para formar educadores de empreendedores no país e autor do livro *Pessoas de Resultado – O Perfil de Quem se Destaca Sempre* (Editora Gente, 29,90 reais, 153 págs.). "Eles esbanjam habilidade e disciplina para encontrar os recursos necessários à transformação das oportunidades em negócios efetivos e rentáveis."

Além de garimpar os ensinamentos de 30 superempreendedores, mapeamos também as características que se repetem, em maior ou menor grau, em todos eles. No total, identificamos, com a ajuda de profissionais especializados, 18 características que compõem o DNA dos vencedores, como capacidade de sonhar e de detectar oportunidades, criatividade, ousadia, paixão pelo negócio, disciplina, humildade e liderança, entre outras, que você vai po-

TIME DOS SONHOS

Saiba quem são e quais as características mais marcantes dos 30 superempreendedores de todos os tempos no Brasil e no mundo

EMPREENDEDOR	EMPRESA	CARACTERÍSTICA
1. Abílio Diniz	Presidente do Conselho do Grupo Pão de Açúcar	Humildade; Superação e aprendizagem; Facilidade de criar redes de relacionamento
2. Abraham Kasinsky	Fundador da Kasinski	Coragem e ousadia
3. Akio Morita	Fundador da Sony	Criatividade e inovação
4. Alair Martins	Fundador do Grupo Martins	Persistência
5. Alberto Saraiva	Fundador do Habib's	Autoconfiança
6. Amador Aguiar	Fundador do Bradesco	Disciplina
7. Anita Roddick	Fundadora da The Body Shop	Persuasão
8. Antonio Ermírio de Moraes	Presidente do Grupo Votorantim	Disciplina
9. Bill Gates	Fundador da Microsoft	Autoconfiança
10. Constantino de Oliveira Júnior	Fundador da Gol Linhas Aéreas	Iniciativa
11. David McConnell	Fundador da Avon	Capacidade de detectar oportunidades
12. Henrique Meyerfreund	Fundador da Garoto	Superação e aprendizagem
13. Howard Schultz	Fundador da Starbucks Corporation	Liderança
14. Jeffrey Bezos	Fundador da Amazon.com	Intuição e visão de futuro
15. Jerry Yang	Criador do Yahoo!	Coragem e ousadia
16. Luiz Seabra	Fundador da Natura	Intuição e visão de futuro
17. Luiza Helena	Superintendente do Magazine Luiza	Liderança
18. Michael Dell	Fundador da Dell Computadores	Habilidade comercial
19. Miguel Krigsner	Fundador de O Boticário	Objetivos bem definidos
20. Norberto Odebrecht	Fundador da holding Odebrecht	Facilidade de criar redes de relacionamento
21. Oprah Winfrey	Fundadora da Harpo Productions e da Oxigen Media	Humildade
22. Ray Kroc	Fundador do McDonald's	Capacidade de detectar oportunidades
23. Richard Branson	Fundador do Virgin Group	Criatividade e inovação
24. Roberto Marinho	Fundador das Organizações Globo	Iniciativa
25. Rolim Amaro	Fundador da TAM Linhas Aéreas	Paixão pelo negócio
26. Sam Walton	Fundador do Wal Mart	Persistência; Objetivos bem definidos
27. Samuel Klein	Fundador das Casas Bahia	Habilidade comercial
28. Steve Jobs	Fundador da Apple	Capacidade de sonhar
29. Thomas Edison	Inventor da lâmpada	Curiosidade
30. Walt Disney	Fundador da Disney	Capacidade de sonhar

der conferir nas páginas seguintes.

À primeira vista pode parecer um objetivo difícil de alcançar, mas não é bem assim. Ninguém reúne, ao mesmo tempo, todas as características encontradas nos grandes empreendedores, nem mesmo o nosso *dream team*. Ninguém é um superhomem. Outra coisa: ao longo do caminho, eles também tropeçam e perdem dinheiro, como qualquer mortal. Apesar de serem bem-sucedidos e de terem uma sabedoria que convém respeitar, os superempreendedores são gente como a gente, de carne e osso como você.

O empresário americano Michael Dell, fundador da Dell Computers, uma das maiores fabricantes de computadores do mundo, por exemplo, começou montando máquinas em seu dormitório na faculdade, quando estudava medicina, curso que jamais concluiu. O fundador da Sony, Akio Morita, abriu seu primeiro empreendimento numa garagem. O comandante Rolim Adolfo Amaro, fundador da TAM, uma das maiores empresas aéreas do Brasil, morto num acidente de helicóptero em 2001, era apaixonado por aviões desde a infância, mas teve de trabalhar duro para realizar o seu grande sonho. "Quando a gente faz o que gosta, não há cansaço que vença", dizia Rolim.

E aí, caro leitor, você está pronto para prosseguir a viagem pela mente de alguns dos principais empreendedores, do Brasil e do mundo, em todos os tempos? Está curioso para saber o que eles têm de tão especial que você não tem? Então, confira, agora, no quadro *Time dos sonhos*, na página ao lado, quem são os 30 empreendedores que fazem parte da nossa seleção. Veja, também, em cada uma das 18 características encontradas nos superempreendedores, quais são as principais lições que eles podem nos dar.

* Colaborou CHRISTIANE BUENO MALTA

1.

CAPACIDADE DE SONHAR

O PODER DAS IDÉIAS

É provável que nenhum empreendedor em todos os tempos simbolize tanto a capacidade de transformar os sonhos em realidade quanto Walt Disney (1901-1966). Lá se vão 80 anos desde as suas primeiras criações como desenhista. Mas ainda hoje o seu universo de fantasia seduz crianças e adultos de todo o mundo. O império que formou, cujo faturamento atingiu 22 bilhões de dólares em 2004 (60 bilhões de reais), inclui parques de diversões, estúdios de cinema e uma universidade.

Para alcançar o sucesso, Disney enfrentou muitos desafios. Seu projeto de erguer a Disneylândia em Los Angeles, na Califórnia, foi particularmente duro de emplacar. "Eu queria fazer um parque de diversões com tudo o que um parque tem, mas de um jeito novo", dizia. "Era difícil para as pessoas visualizarem o que eu tinha na cabeça."

Disney, porém, não se abalou. Acreditou em seu sonho e, ao final, conseguiu concretizá-lo. Anos mais tarde, quando lhe perguntaram qual era sua recomendação para alcançar o sucesso, ele respondeu: "Tenha uma boa idéia e persiga-a até que ela se realize do melhor modo".

Assim como Disney, Steve Jobs, 50 anos, fundador da Apple, a fabricante americana de equipamentos eletrônicos, é um empreendedor cuja trajetória mostra bem o que a capacidade de sonhar pode fazer por você. Num momento em que os grandes computadores dominavam o mercado, Jobs sonhou com um mundo em que cada indivíduo teria a sua própria máquina. Criou um computador pessoal com uma interface gráfica que permitiu a sua transformação num produto de massa. Mudou a História.

Por seu comportamento inquieto, foi taxado de louco, megalomaníaco e chegou a ser afastado da própria empresa. Depois, abriu outro negócio na área de tecnologia, que consumiu 250 milhões de dólares (700 milhões de reais) e deu em nada. Mas, em 1997, ao reassumir o comando da Apple, resgatou o sonho de não parar de criar. Lançou, recentemente, o iTunes, serviço de músicas pela internet, e o iPod, aparelho portátil com 5.000 músicas, dois grandes sucessos de vendas.

JOBS, da Apple: sonhou com um mundo em que cada pessoa teria o seu próprio computador e mudou a História

Para chegar lá

✔ O sonho, mesmo que ambicioso, não pode ser fruto de devaneios. Deve ser factível e bem definido

✔ Sonhos "sonhados" com os olhos bem abertos representam o primeiro passo no caminho do sucesso

✔ Procure compartilhar o seu sonho com funcionários, clientes e fornecedores. Quando ninguém sabe que ele existe fica mais difícil se comprometer com a sua execução

✔ Se você é um sonhador, procure cercar-se de pessoas práticas, que tenham os pés no chão. O equilíbrio facilita o acesso à vitória

"Não é preciso reinventar a roda para inovar. A criatividade pode se revelar nas coisas mais simples"

AKIO MORITA, *fundador da Sony*

2.

CURIOSIDADE

PERGUNTE SEMPRE "POR QUÊ?"

É raro encontrar alguém que tenha a genialidade de inventar coisas úteis, para facilitar a vida das pessoas. Mais raro ainda é encontrar quem concilie a genialidade com a capacidade de transformar seus projetos e idéias em negócios lucrativos. O americano Thomas Edison (1847-1931), o descobridor da eletricidade, que também inventou a lâmpada e patenteou um total de 1.033 invenções, foi, talvez, o empreendedor que conseguiu fazer isso com maior sucesso em todos os tempos.

Seu maior prazer era ficar em seu laboratório, para tentar descobrir como as coisas funcionavam e, a partir de suas observações, dar asas à imaginação para criar os seus inventos. Ao contrário do que acontece com a maioria dos cientistas ainda hoje, seu espírito empreendedor logo lhe fez enxergar que não bastava criar coisas novas, fazer diferente. Era essencial também transformar as suas inovações em negócios, para alimentar e sustentar novas pesquisas.

Em 1892, Edison fundou a General Electric, hoje mais conhecida como G.E., gigante que sobreviveu até agora e está no topo da lista das maiores corporações do mundo. Além disso, ele montou aquela que seria uma das primeiras produtoras de cinema de que se tem notícia.

É óbvio que você não precisa ser uma cópia fiel de Edison no século 21 e tampouco uma espécie de Professor Pardal para ter sucesso dos negócios. Mas é fundamental estimular a sua curiosidade, seja para procurar conhecer mais a fundo as melhores práticas do mercado, seja para saber fazer diferente aquilo que a maioria executa.

Para chegar lá

✔ Investigar, espiar a concorrência e saber como as coisas acontecem não é um defeito e sim uma qualidade. Como as crianças, os empreendedores de sucesso adoram perguntar "por quê?". Por isso, não se intimide em praticar esse exercício todos os dias

✔ Estar aberto a todos os tipos de informações é essencial, porque as suas chances de sucesso melhoram quando o conhecimento aumenta

3.

INTUIÇÃO E VISÃO DE FUTURO

SENTIDOS À FLOR DA PELE

Os grandes empreendedores, em geral, estão à frente de seu tempo. Com uma intuição aguçada, vislumbram o futuro e procuram aproveitar as oportunidades que conseguem identificar antes dos outros. Juntam informações aparentemente desconexas e dão um novo sentido a elas.

Existem empreendedores cuja visão de futuro foi decisiva para os resultados que alcançaram nos negócios. Mas, talvez, nenhuma seja tão evidente quanto a do americano Jeffrey Bezos, 39 anos, fundador da Amazon.com, empresa que começou vendendo livros pela internet e se tornou o maior shopping virtual do mundo.

Em 1994, quando a rede mundial de computadores ainda engatinhava, Bezos acreditava que a web seria algo popular, que alteraria os paradigmas até então conhecidos no mundo dos negócios. Tinha a convicção de que a rede se transformaria num excelente canal de vendas para qualquer produto, inclusive livros.

4.

DETECTAR OPORTUNIDADES

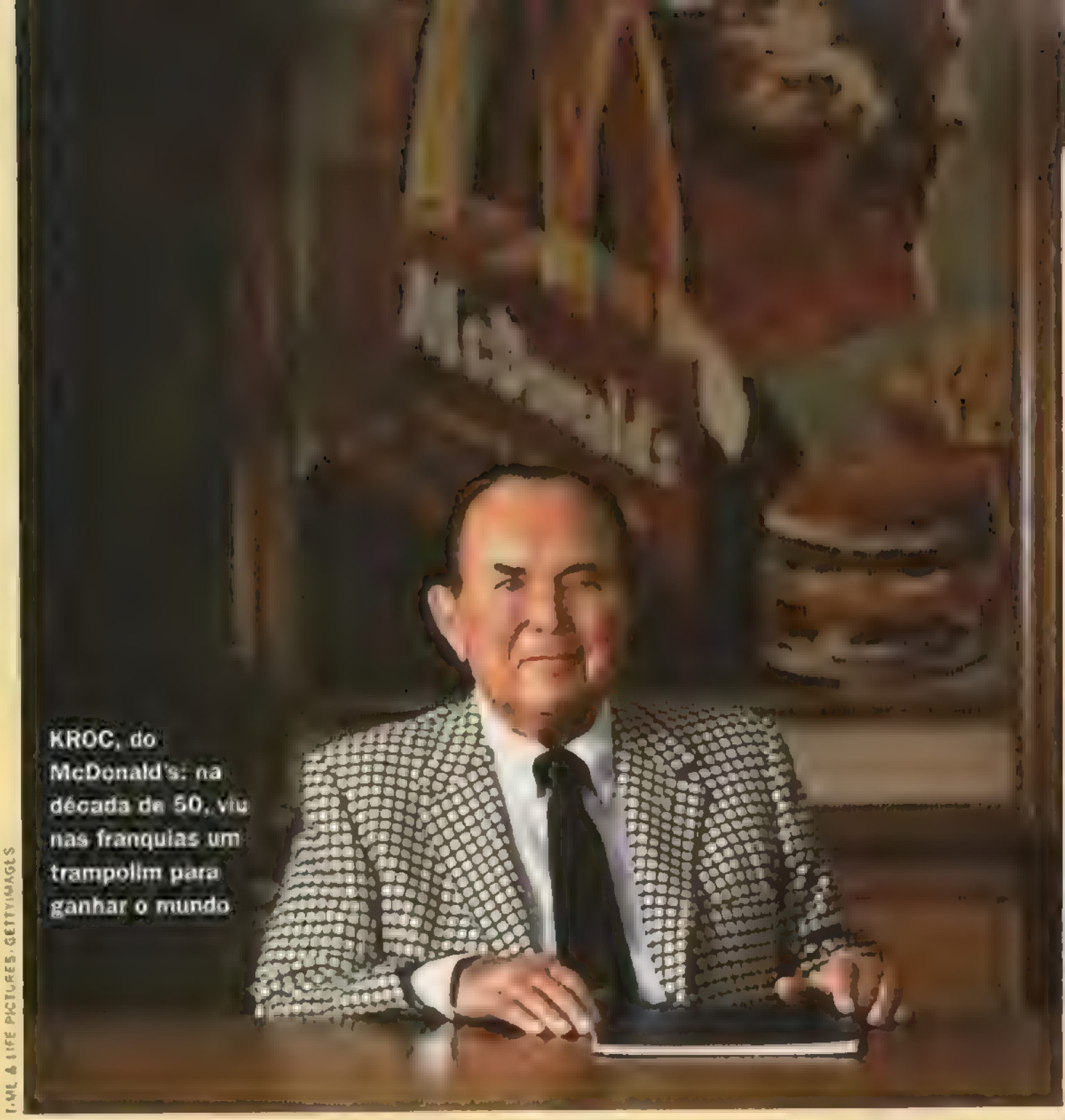
O POTE DE OURO ESTÁ LOGO ALI

Uma das características mais marcantes dos grandes empreendedores é a capacidade de detectar oportunidades de mercado e de transformá-las em negócios de sucesso. O caso do empresário americano Ray Kroc (1902-1984), criador do McDonald's, é emblemático. No início dos anos 50, sempre que visitava a lanchonete dos irmãos Dick e Maurice McDonald, chamava-lhe a atenção a fórmula adotada pela dupla para atrair a clientela — rapidez, limpeza e preço baixo. Kroc pensou, então, que seria um bom negócio multiplicar a lanchonete por meio do franchising. Propôs aos McDonald que franqueassem o nome da família para a abertura de um outro restaurante, que funcionasse nos mesmos moldes e que tivesse o hambúrguer como estrela.

Em 1955, abriu o primeiro

McDonald's em Des Pailines, no estado de Illinois, no meio-oeste americano e não parou mais de crescer. Hoje, o McDonald's é a maior rede de fast-food do mundo, com um faturamento estimado em 19 bilhões de dólares em 2005 (50 bilhões de reais). "Não tinha como dar errado. Iríamos oferecer o que as pessoas pediam", afirmava Kroc. "Com a vida cada vez mais agitada, demos um novo caráter às refeições. As pessoas comem e correm."

Outro grande empreendedor que mostrou ter faro fino para detectar boas oportunidades de negócios foi o americano David McConnell (1859-1937), o fundador da Avon. Quando trabalhava com a venda de livros de porta-em-porta, ele percebeu que o canal era muito bom e que o brinde que oferecia às suas clientes, um frasco de perfume, despertava-lhes mais a atenção do que os livros. Passou, então, a produzir as suas próprias fragrâncias em uma sala alugada e a vendê-las pelo mesmo sistema. Nascia, assim, em 1886, em Nova York, a Companhia de Perfumes Califórnia, a precursora da Avon. Até hoje, a empresa tem na venda direta seu único canal de distribuição. São 3,4 milhões de revendedoras, em 140 países, que garantiram à Avon, em 2004, um faturamento líquido de 7 bilhões de dólares (19 bilhões de reais).



KROC, do McDonald's: na década de 50, viu nas franquias um trampolim para ganhar o mundo

TIME & LIFE PICTURES/GETTY IMAGES

Para chegar lá

✔ Os problemas são ótimas fontes de oportunidades. Sempre que surge uma crise, você é obrigado a pensar em soluções. Fique atento à forma como resolve alguns problemas, porque podem servir de base para uma futura inovação

✔ As atividades do cotidiano também podem lhe ser úteis. Procure prestar atenção às sugestões que surgem no dia-a-dia e às necessidades que você identifica

✔ Muitas vezes, dar apenas outra roupagem ou incremento a um negócio já existente é um excelente negócio. Saiba que é a forma de fazer diferente que leva um novo empreendimento ao sucesso

Deixou, então, um bom emprego em Wall Street e se mudou para Seattle, sede da maior distribuidora de livros americana, e fundou a Amazon, na garagem de casa.

Para surpresa de muitos, Bezos estava certo. A internet explodiu e alcançou quase 1 bilhão de pessoas em todo o mundo. Hoje, a Amazon fatura 7 bilhões de dólares por ano (19 bilhões de reais) e atende mais de 40 milhões de pessoas em todo o planeta. "Fui em direção àquela coisa maluca com o propósito de iniciar uma empresa de venda de livros pela internet e de mudar os hábitos de compra de uma nação", diz Bezos.

No Brasil, nas últimas décadas, poucos empreendedores demonstraram ter uma visão de futuro tão aguçada quanto Luiz Seabra, 63 anos, que fundou a Natura, maior empresa de cosméticos do país. No início dos anos 70, quando ninguém falava no assunto, Seabra vislumbrou um negócio na área de cosméticos que ajudasse a promover o bem-estar e a aumentar a auto-estima das pessoas. Além disso, teve o bom senso de buscar um modelo de distribuição bem-sucedido, como o da Avon, pioneira na venda direta porta-a-porta.

Durante os primeiros cinco anos, amargou altos prejuízos até poder chamar o seu pequeno laboratório de empresa. Foi administrador, idealizador de produtos, vendedor, consultor de estética. Mas, ao final, o negócio deu certo. Hoje, a Natura movimenta 1,6 bilhão de reais por ano e gera renda para 300.000 microempreendedoras que vendem seus produtos.

"Na minha concepção, era uma linguagem simples. Mas, ao mesmo tempo, absolutamente desconhecida na época", afirma Seabra. "Só nos últimos anos é que se valorizou um pouco mais o conceito de bem-estar."

Para chegar lá

✔ Tente projetar as suas idéias para daqui a dez anos. Faça cálculos e simulações. Agora, estruture o negócio do futuro para o presente e descubra o que você deve fazer para daqui a uma década atingir o seu objetivo. Empreendedores de sucesso enxergam até 30 anos à frente e pensam na mão inversa da maioria das pessoas

✔ Intuição não é o sexto sentido. Ponha-se no lugar do outro para entender a situação e o que ele espera que seja feito. Isso ajuda você a tomar uma decisão segundo o que esperam que você faça, antes que isso seja dito

5.

CRIATIVIDADE E INOVAÇÃO

VIVA A DIFERENÇA!

Pouquíssimos empreendedores trazem na veia aquele impulso incontrolável pela inovação. O britânico Richard Branson, 56 anos, fundador do Virgin Group, cujo faturamento em 2004 atingiu 8 bilhões de dólares (21,6 bilhões de reais), com certeza faz parte da lista. Comprometido com a inovação, Branson ergueu um império que hoje reúne, entre outros negócios, uma empresa aérea, uma operadora de turismo, uma financeira, um supermercado multimarca de automóveis, além das gigantescas lojas de discos e da gravadora que deram origem ao grupo e que fizeram a sua fama mundo afora. Sua última empreitada foi a criação da Virgin Galatic, com o objetivo de oferecer vôos para o espaço para quem quiser dar uma voltinha na estratosfera e puder pagar a passagem. "A função de qualquer empresa é criar produtos e serviços que atendam aos desejos e às necessidades do consumidor", afirma Branson. "É para isso que trabalho."

Em sua empresa aérea, a Virgin Atlantic Airways, voltada à faixa de altíssimo poder aquisitivo, por exemplo, os aviões têm um bar na cabine, para que os passageiros possam tomar um drinque no balcão durante a viagem, além de massagistas para atender aqueles que querem relaxar e uma mesa com tomada para laptops, para quem quiser trabalhar. As poltronas são superconfortáveis e podem se transformar em verdadeiras camas.

Assim como no caso de Branson, a trajetória do fundador da Sony, Akio Morita (1921-1999), pelo mundo dos negócios também foi marcada pela inovação. Morita abriu mão da condução de uma próspera indústria de saquê construída pela família, para se aventurar no mundo da tecnologia. Começou a trabalhar em uma garagem, quase sem recursos. Os negócios só decolaram no Japão do pós-guerra,

6.

INICIATIVA

NÃO DEIXE NADA PARA AMANHÃ

O que você é capaz de fazer em sete meses? Começar um curso de inglês? Emagrecer dez quilos? Pois foi esse o tempo que o empresário Constantino de Oliveira Júnior, 36 anos, levou para colocar em pé a Gol, empresa aérea que mais cresceu no país nos últimos anos e que alcançou um lucro líquido de 384,7 milhões de reais em 2004.

Apesar do desempenho invejável, Constantino Júnior ainda levou um mês a mais do que os seis meses estabelecidos por seu pai, Nenê Constantino, fundador do Grupo Áurea, *holding* que congrega 36 empresas, entre elas, a Gol. "Estouramos o prazo, mas revolucionamos a aviação no país, com a implantação de uma empresa nos moldes das mais modernas companhias americanas, que têm custos mais baixos e preços menores", afirma Constantino Júnior.

Em sua complexa empreitada, ele colocou em prática uma das principais regras de conduta de quem quer empreender com sucesso: nunca deixar nada para depois. A Gol não foi apenas rápida na operação, mas também na quebra de paradigmas. Decidida a manter os custos sob controle e os preços acessíveis, a empresa trocou os serviços de comida quente por lanches frios e deu preferência à venda de passagens pela internet. Hoje, opera em 36 rotas nacionais e uma internacional, para Buenos Aires. "Nosso trunfo foi ter a coragem e a agilidade para implantar um novo negócio, fazer algo diferente do que os brasileiros estavam acostumados a ver", diz Constantino Júnior.

Outro exemplo que deixa lições importantes para quem quer alcançar o sucesso no mundo dos negócios é o do empresário Roberto Marinho (1904-2003), um dos maiores empreendedores da História do país. Quando tinha apenas 21 anos, ele herdou do pai o jornal *O Globo*, lançado pouco antes, e transformou-o num dos principais diários brasileiros.

BRANSON, da Virgin: lojas de disco gigantescas, empresa aérea de luxo e supermercado multimarca de automóveis

quando os seus rádios transistorizados ganharam fama mundial. Eles foram a plataforma para Morita multiplicar as suas inovações: a primeira televisão transistorizada, as pequenas câmeras de vídeo e a mais revolucionária delas, o *walkman*. "Não é preciso reinventar a roda para inovar. A criatividade pode se revelar nas coisas mais simples. O walkman é uma prova disso", dizia Morita. "A única coisa que fiz foi permitir às pessoas ouvir música andando ou correndo."

Para chegar lá

✔ O excesso de rigidez mina a criatividade. Procure dominar a rotina para, sempre que quiser, ser capaz de sair dela

✔ Fazer as coisas de modo diferente do usual e conversar com pessoas de diversos perfis é fundamental para arejar a cabeça. É assim, por meio de analogias com questões aparentemente desconexas, que costumam surgir idéias brilhantes

✔ Sempre que você encontrar uma saída para um problema, procure outras formas de resolvê-lo. Nunca tenha uma única opção e sempre pergunte: por que não?

Aos 61 anos, com uma invejável capacidade de realização, criou a **TV Globo**, inaugurada em abril de 1965. Depois, formou a primeira rede nacional de rádio e televisão do país, sob os olhares perplexos de seus executivos e dos irmãos, que não acreditavam muito na iniciativa. Nas suas mãos, as Organizações Globo tornaram-se uma potência multimídia mundial e o padrão de qualidade de seus produtos ganhou fama internacional.

Para chegar lá

✔ Procure não ter pressa para executar aquilo que você quer fazer

✔ Pergunte a si mesmo: qual é o meu papel neste mundo? Quero assistir a vida passar ou interferir no seu rumo? Fazer acontecer ou esperar que os outros o façam?

✔ Lembre-se de que ser empreendedor é percorrer um caminho que ainda não foi percorrido. Ninguém alcança o sucesso indo atrás do que os outros fazem

"Meu principal combustível é a próxima batalha"

ABRAHAM KASINSKY, *fundador da Kasinski*

7.

CORAGEM E OUSADIA

QUEM NÃO ARRISCA NÃO PETISCA

Diante de uma decisão arriscada, que pode envolver uma perda ou representar uma grande conquista, a maioria das pessoas prefere ficar onde está, longe da insegurança trazida pelo desconhecido. Mas o empresário Abraham Kasinsky, 88 anos, gosta de sentir a adrenalina correndo nas veias — e não se pode dizer que ele não colheu bons resultados por isso.

Ele começou a trabalhar cedo na Cofap, indústria de autopeças fundada por seu pai. Diz que assumiu, contrariado, a direção da empresa, junto com o irmão. Mas em suas mãos, a Cofap exportou produtos para 97 países, empregou 35.000 pessoas e o faturamento alcançou 1 bilhão de dólares por ano. Em 1998, após vender para um grupo italiano a Cofap, que ele transformou numa marca reconhecida aqui e lá fora, Kasinsky poderia se aposentar. Mas, ao contrário do que seria de se esperar, ele continuou na ativa.

Em 2000, aos 84 anos, abriu uma fábrica de motocicletas que leva o seu sobrenome, grafado com *i*, por "uma questão de numerologia", segundo o empresário. Em cinco anos, a Kasinski abocanhou 53% do mercado nacional de *scooters*. "Meu principal combustível é a próxima batalha", afirma.

A atração pela adrenalina sempre em alta, que fascina Kasinsky, é a mesma que leva os mais jovens a mergulhar em negócios virtuais, impossíveis de serem tocados com as mãos, mas nem por isso menos ren-

táveis. "No universo da internet, risco é palavra de ordem", afirma Jerry Yang, 36 anos, que criou no ano 2000, ao lado de David Filo, o Yahoo!, um dos sites de busca mais visitados do mundo, cujo valor de mercado hoje é de 47,9 bilhões de dólares. "Como no mundo real, você deve estar sempre atento, investir em inovação, seduzir o cliente e operar de forma eficiente", diz. "Os negócios têm seus ciclos de vida. O segredo é estar preparado para arriscar sempre e, se necessário, começar tudo de novo."

Para chegar lá

✔ Desistir de uma idéia por falta de coragem é como ir para a guerra derrotado. Você precisa acreditar que sairá vivo

✔ Diante de uma situação que aponte uma única saída, pense o que poderá dar errado se você seguir por outro caminho. Analise os riscos e crie um plano B. Isso ajudará você a avançar

✔ Faça uma retrospectiva de seu negócio e pergunte: o que eu tive que fazer para chegar até aqui? Assim, você conseguirá antecipar situações futuras e minimizar os riscos

8.

OBJETIVOS BEM DEFINIDOS

OS DESVIOS PODEM SER FATAIS

O.K., é verdade, a capacidade de sonhar é algo muito importante para quem quer vencer nos negócios. Mas, sem conseguir transformar os seus sonhos em objetivos bem definidos e elaborar uma estratégia adequada para alcançá-los, dificilmente você vai conseguir chegar lá.

O farmacêutico Miguel Krigsner, 54 anos, fundador de O Boticário, maior rede de franquias do Brasil, estava muito bem focado em suas metas quando abriu uma pequena farmácia de manipulação em Curitiba, no Paraná, em 1977. Seu objetivo? Construir no país uma indústria de perfumaria, que competisse de igual para igual com as grandes casas internacionais, mas que fosse, ao mesmo tempo, acessível a todas as classes sociais.

Krigsner começou a dar forma ao seu ideal a partir de uma água de colônia, a Acqua Fresca, preparada em uma pequena farmácia de manipulação. Hoje, 27 anos depois, ela ainda é um dos carros-chefes da marca e serviu de alavanca para a transformação do empreendimento numa potência internacional, que fatura cerca de 1,5 bilhão de reais por ano, em 2.196 lojas no Brasil e 520 no exterior. "Eu tinha um propósito e trabalhei por ele", afirma. "Se tivesse me desviado do caminho traçado desde o início não teria feito de O Boticário a força que ele é hoje."

KRIGSNER, de O Boticário: determinação para evitar desvios desnecessários

9.

PAIXÃO PELO NEGÓCIO

O FOGO QUE MOVE MONTANHAS

É difícil imaginar que alguém sem paixão pelo próprio negócio consiga alcançar o sucesso. E um dos

melhores exemplos do poder que a paixão pode ter na sua trajetória empresarial é bem brasileiro — o comandante Rolim Amaro (1942-2001). Ele fez da TAM, em menos de duas décadas, uma das principais empresas aéreas do país, com um faturamento de 4,7 bilhões de reais em 2004.

A paixão de Rolim pelo negócio da aviação começou cedo. Na década de 50, ainda menino, o seu coração bateu mais forte, como Rolim revelaria depois, quando o seu tio lhe mostrou um pequeno avião, de dois lugares, batizado de Paulistinha — e, desde então, a atração pela aviação não parou mais. Quem conviveu com ele até a sua morte, há quatro anos, diz que os seus olhos ainda brilhavam quando falava da TAM.

Para tirar o seu primeiro brevê, fez até limpeza de aeronaves. Mas o esforço valeu a pena. Rolim foi contratado pela Táxi Aéreo Marília (TAM), empresa que ele acabaria por comprar anos depois. Mesmo como último piloto da escala, Rolim aprendeu a tratar os clientes com deferência e não economizou horas de trabalho. "Eu sabia que só teria chances de voar se algum cliente pedisse", contou certa vez. "Mas, quando a gente faz o que gosta, não há cansaço que vença."

Com o dinheiro amealhado como empregado comprou o seu primeiro avião, um Cessna 170. Em menos de dois anos, tinha 15 aeronaves e fundava a sua própria empresa, a Araguaia Transportes Aéreos, para atuar em linhas regionais. Convencido a retornar à TAM, em 1971, como sócio minoritário, Rolim logo imprimiu no negócio sua marca, que viria a ser a base da sua estratégia mercadológica: foco no cliente, com a oferta de serviços de qualidade. Especialista na arte de cortejar os passageiros, ele os recepcionava com tapete vermelho e sempre que a agenda permitia fazia pessoalmente o check-in.

Krigsner se esforçou para que a indústria caminhasse na mesma velocidade de crescimento das lojas. Também investiu alto na contratação de perfumistas internacionais para criar suas linhas e inovou nas embalagens e no visual do ponto-de-venda. Para facilitar a vida do consumidor, removeu os balcões das lojas e deixou o cliente tocar e sentir cada um dos 650 produtos que estão nas prateleiras. "É preciso dar um passo de cada vez, vencer batalha a batalha", diz. "Quem vai com muita sede ao pote acaba frustrado."

Para chegar lá

✔ Para conseguir realizar um sonho é preciso conhecer a diferença entre precisar e querer, entre a realidade e a fantasia. Deixar-se seduzir facilmente pelo que corta o seu caminho o desvia de seus objetivos

✔ Estabeleça suas metas com especificação e prazo para acontecer. O que exatamente você quer saber? E até quando?

✔ Empreendedores de sucesso sabem dizer mais "não" do que "sim", porque têm seus objetivos muito claros. Eles se orientam pelo mundo real e não pelo que gostariam que o mundo fosse

Para chegar lá

✔ Quem abre um negócio preocupado apenas com o dinheiro que vai ganhar tropeça no primeiro obstáculo. É muito importante você amar o que faz e fazer o que ama

✔ Procure colocar o coração na ponta da chuteira para ganhar a partida, como fazem aqueles jogadores machucados que ficam em campo até o apito final do juiz. É a paixão pela realização do sonho que lhe dá força para seguir em frente

✔ Entregue-se de corpo e alma ao negócio. Desviar a atenção ou pensar em várias coisas ao mesmo tempo prejudica o seu desempenho

10.

DISCIPLINA

MEU NOME É TRABALHO

Os grandes empreendedores sonham alto, têm iniciativa e buscam a inovação o tempo todo. Mas, sem muita disciplina, dificilmente ocupariam o topo do pódio. Como diz o guru da administração moderna, Peter Drucker, "os empreendedores bem-sucedidos não esperam alguém lhes sinalizar com uma idéia brilhante, eles se põem a trabalhar".

Curiosamente, os dois nomes que escolhemos para simbolizar a importância da disciplina para o sucesso são do Brasil: o empresário Antonio Ermírio de Moraes, presidente do Grupo Votorantim, e o banqueiro Amador Aguiar, fundador do Bradesco, maior banco privado da América Latina.

Antonio Ermírio, hoje com 77 anos, já vinha de família rica, mas seu pai não lhe dava mole. Em 1949, ao retornar ao Brasil depois de uma temporada de quatro anos na Colorado School of Mines, nos Estados Unidos, onde cursou engenharia de minas, ele logo ouviu do pai: "Há muito trabalho pela frente. Vou lhe dar um salário e fazer uma experiência com você. Se não der certo, não o contrato".

A resposta de Antonio Ermírio ao pai veio seis anos depois, com a fundação da Companhia Brasileira de Alumínio — um sonho que ele conseguiu realizar — e ao assumir, mais tarde, o comando do Grupo Votorantim, maior conglomerado privado do Brasil, com dez unidades de negócios, 28.000 funcionários e um faturamento anual de 12,6 bilhões de reais. "Só com muita disciplina e vontade de trabalhar é que se agüenta o tranco", afirma.

Antonio Ermírio é viciado em traba-

"O papel das empresas não é o de se limitar a produzir bens e serviços. É também o de zelar pelo bem comum"

ANITA RODDICK, *fundadora da The Body Shop*

lho. Inicia sua jornada às 7 horas da manhã e não chega em casa antes das 8 da noite. Desde que pisou na Votorantim, conta Antonio Ermírio, só tirou férias uma única vez. "Minhas viagens de trabalho têm sempre um sabor de aventura", diz. Certa vez, nos anos 70, ao visitar o Ceará em busca de jazidas de cobre, ele afirma que passou 15 dias comendo fruta-do-conde. "Não havia restaurantes por lá e ir embora não estava nos meus planos."

Como Antonio Ermírio, o banqueiro Amador Aguiar (1904-1991) também fez do trabalho um estilo de vida. Ainda hoje, catorze anos depois de sua morte, quem chega à sede do Bradesco, em Osasco, na Grande São Paulo, pode ler na entrada a frase, "só o trabalho pode produzir riquezas", principal lema de Aguiar.

Filho de agricultores paupérrimos, o banqueiro chegou a dormir em banco de praça e a trocar trabalho por um prato de comida. Começou como office-boy do Banco Noroeste, em Birigüi, no interior de São Paulo. Depois fez carreira na Casa Bancária Almeida, em Marília, também no interior paulista, que ele transformou no poderoso Bradesco, cujo patrimônio líquido soma 6 bilhões de reais, diluídos por milhões de investidores que aplicaram em ações da instituição.

Para chegar lá

✔ É preciso suar a camisa para ser um vencedor. Empreendedores bem-sucedidos, em geral, trabalham mais de 12 horas por dia, sete dias na semana e sacrificam o lazer e a família

✔ É preciso ter a capacidade de fazer o que precisa ser feito e não o que você gostaria de fazer

✔ Diariamente, tente isolar o que é uma necessidade real e o que é uma fantasia. Isso o ajudará a concretizar seus objetivos e a não desperdiçar as suas energias com o dispensável

11.

PERSUASÃO

ACREDITE NO QUE VOCÊ DIZ

Qualquer empreendedor que se preze, por menor que seja sua empresa, sabe que é praticamente impossível se dar bem no mundo dos negócios sem acreditar em seus produtos e sem conseguir convencer o público de que eles podem fazer a diferença. Mas, talvez, ninguém tenha levado isso tão a sério quanto a empresária inglesa Anita Roddick, 63 anos, fundadora da The Body Shop, rede de lojas de cosméticos e artigos de higiene pessoal preparados com ingredientes naturais.

Anita tem uma capacidade inigualável de convencer os clientes não só a comprar os produtos ecologicamente corretos produzidos por sua empresa, mas também as suas idéias, de defesa radical do meio ambiente, de resistência à globalização, de apoio às causas sociais e de desconfiança em relação aos benefícios trazidos pela tecnologia. Seu negócio reflete, integralmente, as suas crenças políticas e representou, desde o princípio, uma plataforma para ela exercitar o seu poder de persuasão.

Os resultados não deixam dúvidas sobre a eficácia de sua estratégia. Num mercado dominado pelas grandes indústrias químicas, Anita construiu, de bandeira em punho, uma das maiores redes de cosméticos do mundo, com 2.000 lojas e 80 milhões de clientes, em 55 países. Estima-se que a The Body Shop venda, atualmente, um sabonete a cada 0,4 segundo. "O papel das empresas não é o de se limitar a produzir bens e serviços", costuma afirmar. "É também o de zelar pelo bem comum."

Ainda hoje, 29 anos depois de criar a sua primeira loja, na cidade de Brighton, no litoral da Inglaterra, Anita leva as suas idéias ao extremo — até demais. Em determinado momento, chegou a colocar em risco o negócio que criou. O efeito negativo provocado por sua militância política em sua empresa, que tem ações cotadas em bolsa, acabou por lhe custar a presidência.

Por pressão dos acionistas, a ges-

13.

HUMILDADE

O SUCESSO NÃO PODE DESLUMBRAR

Entre todas as características dos grandes empreendedores, talvez a mais difícil de cultivar seja, para muita gente, a humildade. Não é raro encontrar por aí, em todos os ramos de atividade, alguém que deixou o sucesso lhe subir à cabeça. Mas dificilmente você vai ver, na lista dos vencedores, nomes que se deixaram deslumbrar com a vitória. Podem até ter se desviado ao longo do caminho, mas logo perceberam tratar-se de um atalho perigoso.

O empresário Abílio Diniz, presidente do Conselho do Grupo Pão de Açúcar, conta que até ser seqüestrado, em 1989, não sabia o que era sofrer uma derrota. "Eu não fazia idéia do que era fracasso e nem admitia a hipótese de que uma única derrota viesse bater à minha

porta", escreveu em seu livro *Abílio Diniz Caminhos e Escolhas* (Editora Campus, 29,90 reais, 228 págs.).

Como não enxergava as próprias limitações, não se achava na obrigação de dar satisfação de suas decisões a ninguém e tampouco de ouvir as idéias de seus subordinados. Se não tivesse repensado a sua conduta, como ele mesmo lembra no livro, não teria conseguido enfrentar a disputa familiar pelo comando do grupo e reinventar o Pão de Açúcar (leia também o item *Rede de relacionamento*, na pág. 50).

Ao contrário de Diniz, a apresentadora americana Oprah Winfrey, 51 anos, não precisou passar por privações para cultivar a humildade. Nascida numa pequena cidade do Mississippi, nos Estados Unidos, Oprah teria que mostrar o seu valor para se estabelecer — e não decepcionou.

A partir do sucesso que alcançou com o seu programa na televisão, que está no ar há 20 anos e tem uma audiência média de 30 milhões de telespectadores por semana, Oprah tornou-se dona de um império na área de mídia e entretenimento e também a primeira mulher negra dos Estados Unidos a entrar no clube dos bilionários, segundo a revista *Forbes*, e foi considerada uma das 100 pessoas mais influentes do século 20 pela revista *Time*. Ainda assim, aparentemente, ela continuou a ser a mesma Oprah de sempre. Manteve a humildade e a compaixão, que fizeram dela uma das americanas mais queridas e admiradas do país.

OPRAH, da Harpo Productions, durante entrevista com o presidente americano George W. Bush: império bilionário não afetou o seu comportamento

Para chegar lá

✔ Enxergue o sucesso como um instrumento e não como um fim. Reconheça a participação dos outros em suas vitórias e cerque-se de gente capaz de lhe dizer verdades e não apenas de agradá-lo

✔ Jamais esqueça que a quebra de um sonho começa no momento em que você acha que sabe tudo. O clima de "já ganhou" é mortal

✔ Colocar a culpa do seu insucesso no mercado, na economia ou na concorrência é fácil. Aceitar que o erro foi seu é algo difícil para quem se acha o dono da bola. Cuidado para não levar um tombo inesperado

tão passou para as mãos de profissionais e ela ficou apenas com uma cadeira no conselho administrativo. Mas o fato é que, graças à sua atuação e ao seu poder de persuasão, a The Body Shop alcançou uma enorme credibilidade no mercado – ninguém duvida que os produtos que suas lojas vendem estão de acordo com os seus princípios — e conquistou um público fiel que, como Anita, está de olho no futuro da Terra.

Para chegar lá

✔ Só é capaz de convencer o outro aquele que sabe muito bem o que quer, que domina o assunto e o apresenta com clareza

✔ Se você não se sente confortável em apresentar os seus projetos, prepare-se para isso. Coloque no papel os seus objetivos. A coisa fica muito mais fácil

✔ A boa comunicação implica também em saber ouvir. É preciso estar presente de corpo e alma no diálogo, a fim de receber tudo o que o outro tem a dizer

✔ Acredite que a maneira como as pessoas usam a voz nos fornece muito mais informações sobre elas do que os seus próprios discursos

12. PERSISTÊNCIA

SEJA DURO NA QUEDA

Diz o ditado popular que água mole em pedra dura tanto bate até que fura. Na arena empresarial, não é diferente. A persistência é essencial para concretizar os seus sonhos. E os empreendedores que chegaram ao topo não se furtam a reco-

nhecer a sua importância em suas trajetórias. O empresário Sam Walton (1918-1992), fundador do Wal Mart, maior rede de varejo do mundo, com uma receita de 219 bilhões de dólares (600 bilhões de reais) em 2004, é um deles. Walton dizia que não sabia o que teria sido do Wal-Mart se não tivesse insistido, sob o ataque feroz da concorrência, em sua estratégia de vender mais por menos, para reduzir o custo de vida geral e permitir um melhor estilo de vida para todos. "Talvez a gente ainda continuasse pequeno, esquecido no interior dos Estados Unidos", afirmava.

Foi a persistência também que levou Walton a trabalhar como garçom, salva-vidas de piscina e entregador de jornais, para conseguir pagar a faculdade de economia, na Universidade de Missouri, concluída em 1940. Foi a sua determinação empreendedora, mais uma vez, que o levou a abrir, em 1962, a primeira loja Wal Mart, 17 anos depois de comprar o seu primeiro empreendimento no varejo, em Newport, Arkansas, no interior dos Estados Unidos.

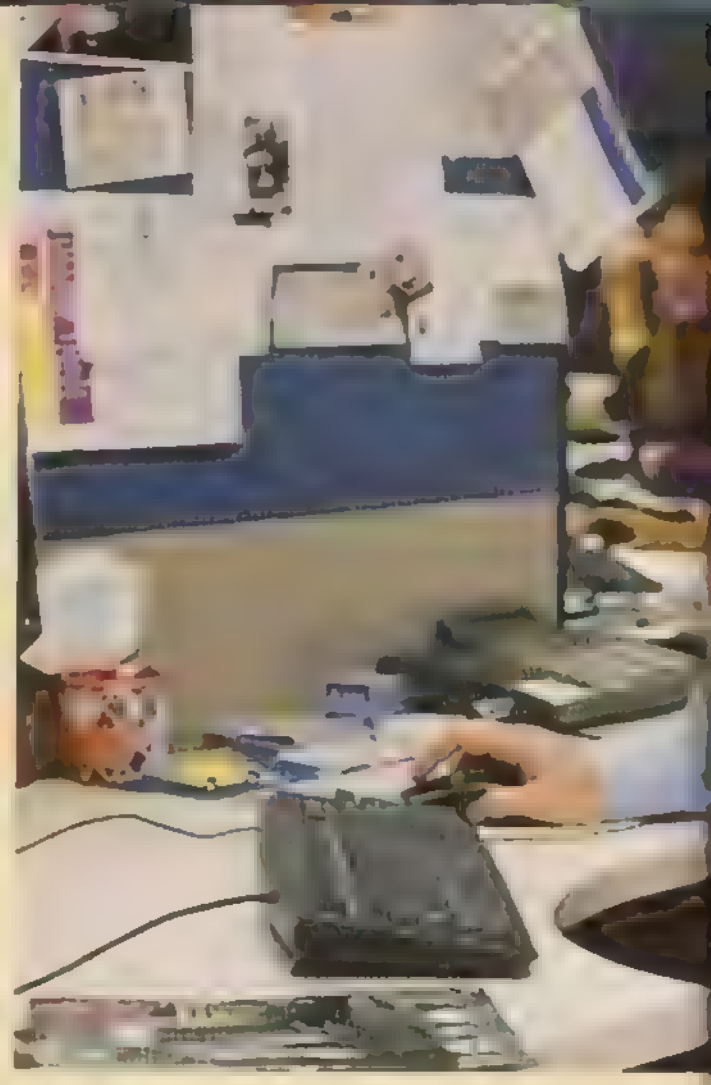
Assim como Walton, o empresário Alair Martins, 71 anos, fundador do Grupo Martins, de Uberlândia, interior de Minas Gerais, maior atacadista da América Latina, fez da persistência uma marca registrada. Ele conta que, dos 15 aos 17 anos, dizia sempre para a mãe que não via a hora de deixar a roça e de se mudar para Uberlândia, como fizera um tio, que abrira um pequeno armazém na cidade. O pai não queria saber do assunto. "Eu tanto insisti que consegui fazer a família toda se mudar", diz Martins. "Hoje, digo aos meus executivos que persistência não é sinônimo de teimosia. O segredo é buscar os seus objetivos com propriedade, mas saber recuar quando necessário e, acima de tudo, aprender a ouvir, porque ninguém é dono da verdade".

16.

HABILIDADE COMERCIAL

AS SUTILEZAS DA ARTE DE VENDER

A habilidade comercial é um aspecto que conta pontos importantíssimos para ser bem-sucedido no mundo dos negócios. Saber vender é uma arte e dominá-la é algo que faz uma diferença brutal para quem está à frente de sua própria empresa. Um dos empreendedores que conseguiram alcançar resultados espetaculares por causa de sua habilidade comercial é o americano Michael Dell, 39 anos, o fundador da empresa que leva o seu sobrenome, uma das maiores fabricantes de computadores do planeta. Enquanto todo mundo acreditava que cabia ao varejo fazer a venda ao consumidor final, Dell teve a idéia de fazê-lo diretamente, sem intermediários, e começou a vender equipamentos sob medida para a clientela. Foi uma estratégia matadora.



Dell fundou a sua empresa em 1984, quando tinha só 19 anos, com um capital de apenas 1.000 dólares, e começou a vender os microcomputadores que ele mesmo montava em seu dormitório na Universidade do Texas, nos Estados Unidos, onde estudava medicina. E, como era previsível, ele acabou por abandonar o curso para se dedicar ao seu negócio. Hoje, a Dell tem seis fábricas, uma delas no Brasil, 35.000 funcionários e um faturamento médio anual de 33 bilhões de dólares (82,5 bilhões de reais).

No Brasil, um empreendedor que se destaca nesta característica é, cer-

Para chegar lá

✔ Não se iluda: a todo minuto alguém vai testar o tamanho de sua vontade e de sua persistência. Tudo o que é inovador causa espanto e provoca desconfiança

✔ Aprenda que um "não" nem sempre significa que as portas se fecharam em definitivo. Transforme o "não" em "ainda não" e siga em frente

✔ Para não desanimar pense em ganhar as batalhas e não a guerra inteira. Vibre com as pequenas vitórias, porque são elas que o ajudam a atingir os grandes objetivos

✔ Gaste as suas energias pensando na solução e não no problema

14.

SUPERAÇÃO

ENFRENTE OS OBSTÁCULOS

Quantas vezes já não lhe disseram que é preciso transformar os obstáculos que aparecem pelo caminho em estímulos para seguir em frente? Muitas, com certeza. Falar é fácil. O difícil é pôr em prática. Na hora "h", a tarefa se mostra espinhosa e, às

DELL, da Dell Computers: venda direta de máquinas para o consumidor final

tamente, Samuel Klein, 82 anos, o fundador das Casas Bahia, a maior rede de lojas de eletrodomésticos e móveis do país. Hoje, 48 anos depois de sua fundação, em 1957, a rede tem 420 lojas e um faturamento anual de 6 bilhões de reais. O segredo do sucesso? "Em primeiro lugar, é preciso ter simpatia. Sem simpatia não se conquistam clientes", diz Klein. "Para ser cliente das Casas Bahia, não precisa ter carteira de trabalho assinada. Basta ter o nome limpo e ser um bom pagador."

Nascido na Polônia, Klein sobreviveu à Segunda Guerra Mundial e chegou ao Brasil em 1952. Adquiriu uma charrete e um cavalo e tornou-se mascate, vendendo roupas de cama, mesa e banho de porta em porta. Em cinco anos, conseguiu capital para abrir a sua primeira loja. Sempre fez do crédito próprio, que oferecia à clientela sem restrições, o seu diferencial de mercado. "Quero que a população pobre deste país tenha condições de entrar em qualquer uma de nossas lojas e comprar o que quiser", afirma. "Se podemos esticar o prazo, esticamos, se podemos praticar uma taxa de juros menor, nós fazemos isso também."

Para chegar lá

✔ Se você peca na hora de negociar com clientes ou fornecedores tente acompanhar algumas negociações de quem você acha uma fera na matéria

✔ Procure adotar uma postura de diálogo. Não adianta insistir em levar vantagem em tudo. Às vezes, é preciso ceder hoje para colher frutos no futuro

✔ O ideal é controlar as emoções e saber o que seu interlocutor quer e o que você pode oferecer, com ganhos para ambas as partes

vezes, impossível de ser executada. Mas é nestes momentos que os grandes empreendedores encontram uma força interior para prosseguir sua jornada sem jogar a toalha.

Foi assim que o presidente do Conselho administrativo do Grupo Pão de Açúcar, Abílio Diniz, impediu a empresa de beijar a lona. Nos anos 80, em razão das turbulências criadas pela disputa familiar em torno do comando da rede, o Pão de Açúcar estava em franca decadência. Teve que fechar 400 unidades, de um total de 622 lojas que funcionavam na época, e demitir mais de 30.000 funcionários.

Diniz, que levou à melhor no embate familiar, foi à luta para manter o império erguido por seu pai, Valentim Diniz, 92 anos. Vendeu imóveis, tomou empréstimos, fechou alguns negócios, como os supermercados Jumbo e Minibox. Além disso, buscou um sócio estrangeiro, o Casino, uma das maiores redes de supermercados da França, que detém, desde 1999, uma fatia de 24% do capital votante no grupo brasileiro. Hoje, o grupo Pão de Açúcar é administrado por profissionais e os resultados enchem os olhos — o lucro líquido, em 2004, atingiu 369 milhões de reais. "Foi uma vitória coletiva", diz ele.

O alemão Henrique Meyerfreund (1901-1971), que fundou a Chocolates Garoto em 1929, demonstrou a mesma capacidade de superação de Diniz. Ao desembarcar no país, em 1924, Meyerfreund começou a vender balas em tabuleiros em Vitória, no Espírito Santo, e alcançou um sucesso relativo com o empreendimento. Mas ele queria mais. Em 1934, decidiu importar máquinas velhas da Europa para produzir chocolates e aí começaram os contratempos. A empresa chegou a sofrer intervenção durante a Segunda Guerra Mundial e só voltou para as mãos de Meyerfreund em 1948. Nessa época, a Lacta dominava o setor.

O empresário, porém, trabalhou duro e conseguiu superar as dificuldades. Apostou nos chocolates populares, vendidos a preços mais baixos do que os da concorrência, e conquistou o seu próprio espaço no mercado.

Para chegar lá

✔ Empreendedores de sucesso compreendem o mundo por meio da prática e não da teoria, entre erros e acertos

✔ A cada experiência negativa, procure colocar no papel quais as condutas que você pode repetir e quais deve deixar de lado. Esse exercício o ajuda a transformar os seus erros em lições

✔ Antes de se dar por vencido, busque uma forma de transformar o fracasso em êxito

15.

AUTOCONFIANÇA

ACREDITE EM SI MESMO

"Não tente competir com ele, porque você perderá." A advertência foi dada por um psicanalista à mãe de Bill Gates, o fundador da Microsoft, gigante internacional da área de softwares, depois de um ano de análise. Gates, hoje com 49

anos, ainda era adolescente e sua mãe estava preocupada com o fato de ele ficar trancado no quarto o tempo todo, lendo um livro depois do outro.

Gates era uma criança diferenciada e idade nunca foi uma barreira para ele nem uma ameaça à sua autoconfiança. Desde os 13 anos, ele programava computadores e, aos 19, fundou a Microsoft, com seu amigo de infância Paul Allen. Na Universidade de Harvard, que abandonou antes da graduação para dedicar-se apenas à Microsoft, criou uma nova versão para a linguagem Basic, para ser usada no primeiro microcomputador de que se tem notícia.

Guiado pela idéia de que o computador estaria presente em cada mesa de escritório e em cada domicílio, Gates desenvolveu junto com Allen, no começo da década de 80, o sistema operacional Windows, que, por sua simplicidade, transformou-se numa verdadeira febre. Hoje, 90% dos computadores de todo o mundo usam o programa. Em 2004, a Microsoft faturou cerca de 40 bilhões de dólares (110 bilhões de reais). Não é por acaso, portanto, que Bill Gates é considerado o homem mais rico do mundo, com uma fortuna calculada em 50 bilhões de dólares, segundo a revista americana *Forbes*.

Numa escala bem menor, o português Alberto Saraiva, 50 anos, fundador do Habib's, maior rede de fast-food de capital 100% nacional, também fez da autoconfiança um trampolim para o sucesso. Jovem, recém-formado em medicina, trocou por necessidade o consultório pela padaria do pai, que havia falecido. Suas promoções de pãezinhos, que incomodavam a concorrência, foram o primeiro exercício de um negócio bem mais ambicioso, que ele pretendia montar, para ganhar na escala e não no preço.

Na fachada da primeira loja, aberta em 1988, o maior chamariz "três esfihas pelo preço de um café". Houve fila na porta. Hoje, são 260 lojas, que venderam, de acordo com a rede, 600 milhões de esfihas em 2004. O faturamento superou os 500 milhões de reais. "Se acredito numa idéia, não mudo uma vírgula da proposta", diz Saraiva.

SEBASTIÃO MOREIRA/AE

LUÍZA HELENA, do Magazine Luíza: lucro maior com funcionários motivados

Para chegar lá

✔ Pense: se você não confiar no seu taco, quem o fará? Você deve ser o seu maior admirador

✔ Autoconfiança se desenvolve com a tentativa diária de conhecer melhor a si mesmo. Ela se reforça a cada acerto. Quanto mais risco você corre e mais sucesso alcança, maior será a sua autoconfiança

✔ Procure, diante das mais diversas situações, sempre perguntar: "o que eu posso fazer para resolvê-la, contorná-la ou tornã-la mais intensa?". O segredo está em tentar escolher o melhor caminho e não em colocar a solução em variáveis externas

17.

REDE DE RELACIONAMENTO

DE MÃOS DADAS COM O PODER

Qualquer empreendedor sabe a importância que uma boa rede de contatos pode ter para se tornar um vencedor. Manter boas relações com figurinhas carimbadas é algo que ajuda você a alcançar o sucesso.

No Brasil, há dois exemplos que ilustram com perfeição o papel predominante exercido pela rede de relacionamento na arena empresarial. Um deles é o empresário Norberto Odebrecht, 85 anos, do grupo que leva o seu sobrenome. O outro, o empresário Abílio Diniz, 66 anos, presidente do Conselho do Grupo Pão de Açúcar.

18.

LIDERANÇA

DOIS MAIS DOIS PODE DAR CINCO

Qual é o papel de um líder? Convencer as pessoas a defender a sua própria bandeira ou ensinar aquilo que mais sabe para que todos busquem um ideal comum? Os bons líderes, os que criam equipes determinadas a alcançar suas metas, fazem as duas coisas. Mais do que isso, conseguem contaminar a todos com a paixão com que tocam os seus negócios.

Nos Estados Unidos, um dos empreendedores mais admirados pelos seus funcionários é Howard Schultz, 53 anos, controlador da Starbucks, maior rede americana de cafeterias, que movimentou 4 bilhões de dólares (10 bilhões de reais) em 2004. Desde o princípio de seu negócio, em 1985, Schultz preocupou-se em dar condições adequadas de trabalho em seu empreendimento. "Queria criar uma empresa com alma", afirma ele. "Queria construir algo que meu pai, em seus longos anos de trabalho, não tinha encontrado, que é respeito da empresa pelo trabalhador", diz.

Schultz implantou uma série de práticas em sua rede, como o seguro saúde extensivo às famílias dos funcionários, mesmo aos cônjuges que não são casados no papel, e um plano de opções de ações para transformar toda a equipe em acionista da empresa. Resultado: alcançou um dos mais baixos índices de rotatividade de funcionários dos Estados Unidos.

No Brasil, a empresária Luiza Helena Trajano, 53 anos, superintendente do Magazine Luiza, especializado em móveis e eletroeletrônicos, reza pela mesma cartilha de Schultz. Sua capacidade de motivar as pessoas fez com que a receita anual da rede saltasse de 105 milhões de reais em 1992 para 1,4 bilhão de reais no ano passado. "Eu acredito que uma equipe bem alinhada e mobilizada consegue fazer uma empresa melhor, mais lucrativa", afirma. "Não vejo um caminho mais eficiente do que esse para tocar um negócio".

Na prática, Luiza traduziu seus conceitos na criação do site Toró de Palpites, no qual os funcionários podem opinar sobre qualquer área da empresa, e criou o Disk Denúncia e o SAC para clientes internos, os dois com linha direta para sua mesa. □

Para chegar lá

✔ O bom líder é aquele capaz de dividir a responsabilidade da tomada de decisão, os erros e os acertos com a equipe. Um grupo comprometido rema na mesma direção

✔ É preciso saber ouvir o grupo e não impor a própria opinião. A equipe fica mais motivada

✔ A grande função do líder é ensinar. As pessoas que estão ao seu redor não precisam conhecer ou concordar com o que você fala, mas precisam sentir que você está disposto a compartilhar o que aprendeu

No fim dos anos 40, foi graças às boas relações que Odebrecht conseguiu superar as dificuldades que enfrentava. Aos banqueiros que lhe cobravam, pediu mais crédito e obras para tocar. Recebeu as duas coisas. Capitalizado, conseguiu diminuir o prazo de construção das obras de três anos para nove meses e, em quatro anos, os seus débitos estavam zerados.

Na década de 50, tornou-se parceiro da Petrobras, construindo oleodutos no Recôncavo Baiano. Foi um impulso fundamental para o grande salto da empresa nos anos 60, quando ganhou a simpatia dos militares, que queriam investir em obras de infra-estrutura. A Odebrecht construiu a sede da Petrobras no Rio, o Aeroporto Internacional Tom Jobim (ex-Galeão) e a usina nuclear de Angra dos Reis. Hoje, fatura 4,5 bilhões de reais por ano e está presente em 24 países.

Já Abílio Diniz começou a circular pelos corredores do poder durante o governo Geisel, quando Mário Henrique Simonsen, então Ministro da Fazenda, decidiu chamá-lo para participar de reuniões sobre política macroeconômica. Como atuava no setor de supermercados, tinha informações vitais sobre a formação de preços e, com isso, poderia ser útil o combate à inflação. A partir daí, Diniz sempre teve uma boa ligação com quem quer que esteja no governo.

Para chegar lá

✔ Invista nas relações com pessoas de diversas áreas e não apenas do seu setor

✔ Quando você coloca emoção nos relacionamentos conquistados na vida e no ambiente empresarial você obtém mais cumplicidade

✔ Sair da toca. O empreendedor que olha o próprio umbigo e acredita que não precisa de ninguém corre sérios riscos de fracassar

A TV GLOBO E O JORNAL O GLOBO TAMBÉM ABORDARÃO AS LIÇÕES DOS EMPREENDEDORES VENCEDORES

Você poderá obter mais informações sobre o tema no programa **Pequenas Empresas & Grandes Negócios**, da **TV Globo** (domingo, às 7h30), com reapresentações na **Globonews**, no mesmo dia às 10h05, e no **Canal Futura**, às segundas-feiras, às 23 horas; no caderno *Boa Chance*, de **O Globo**, dia 10 de abril e no site www.globo.com/pegn

Os assuntos que serão destaques no programa de TV em ABRIL

Dia 17 – Ousadia, determinação, paixão e autoconfiança são algumas das principais características comuns a empreendedores de sucesso

Dia 24 – Quem quer enveredar com sucesso pelo mundo dos negócios precisa ir além dos manuais de gestão, como dizem os especialistas, precisa ter personalidade empreendedora

TESTE

Que tipo de empreendedor você é?

Responda ao teste abaixo e descubra o seu perfil

A - Capacidade de sonhar

1. Quando você tem uma nova idéia, apressa-se em torná-la realidade?
( ) Sim ( ) Não ( ) Às vezes

2. Em geral, você consegue entender o princípio, o meio e o fim de suas idéias?
( ) Sim ( ) Não ( ) Às vezes

3. Quando você planeja um negócio, costuma fazer *check lists*, medir tempos e distribuir tarefas?
( ) Sim ( ) Não ( ) Às vezes

4. Você confia na sua intuição?
( ) Sim ( ) Não ( ) Às vezes

5. Você sabe aonde pretende chegar daqui a cinco anos?
( ) Sim ( ) Não ( ) Às vezes

B - Capacidade de executar

6. Você já engavetou mais de três idéias nos últimos três anos?
( ) Sim ( ) Não

7. Você se sente preparado para provocar uma ruptura na sua vida?
( ) Sim ( ) Não

8. Sabe quais recursos (capital, parcerias, contatos) serão necessários para concretizar os negócios de seus sonhos?
( ) Sim ( ) Não

9. Você possui um mentor/orientador no qual confia e consulta sempre?
( ) Sim ( ) Não

10. Você conhece bem os seus pontos fracos e fortes?
( ) Sim ( ) Não

GABARITO

Confira na tabela o número de pontos que você obteve no teste

A - Capacidade de sonhar			
Pergunta	Pontos		
	Sim	Às vezes	Não
1	3	1	–
2	3	–	–
3	3	–	–
4	3	1	–
5	3	1	–

B - Capacidade de executar		
Pergunta	Pontos	
	Sim	Não
6	3	–
7	3	–
8	3	–
9	3	–
10	3	–

AVALIAÇÃO

Some os seus pontos e veja que tipo de empreendedor você é

Entre 0 e 5 pontos em Capacidade de Sonhar e entre 0 e 6 pontos em Capacidade de Executar: você gostaria de ser empreendedor, mas não é.

Entre 0 e 5 pontos em Capacidade de Sonhar e entre 6 e 12 pontos em Capacidade de executar: você pode dar um bom executivo, mas não um empreendedor.

Entre 5 e acima de 10 pontos em Capacidade de Sonhar e entre 0 e 6 pontos em Capacidade de Executar: você é um empreendedor impetuoso.

Entre 5 e 8 pontos em Capacidade de Sonhar e entre 6 e 9 pontos em Capacidade de Executar: você é um empreendedor moderado.

Entre 8 e 15 pontos em Capacidade de Sonhar e entre 9 e 12 pontos em Capacidade de Executar: você é um empreendedor pleno.

PERFIL

Verifique as suas características, de acordo com a sua avaliação

Gostaria de ser empreendedor, mas não é – Sonhos e execução pouco definidos, baixo grau de iniciativa. É disciplinado, humilde, tem bom controle das emoções e dos relacionamentos. Julga-se um empreendedor, mas não o é de fato, pois não sabe aonde quer chegar e tampouco como chegar lá. Não sonha com os olhos abertos, nem se prepara para desfrutar das oportunidades quando elas cruzam o seu caminho.

Um bom executor, mas não empreendedor – Embora os sonhos sejam pouco definidos, é um excelente executor. É bom planejador, sabe formar equipes e negociar, é persuasivo, disciplinado e humilde. Valoriza o processo, mas não sabe exatamente onde quer chegar. É avesso a ousadias, mas está sempre pronto a estabelecer e cumprir regras. Oferece um bom apoio ao sonho dos outros. Revela-se um excelente parceiro para empreendedores impetuosos.

Empreendedor impetuoso – Tem sonhos muito definidos, porém não planeja e nem executa suas tarefas bem. Sabe claramente quais são os seus objetivos, mas não os prioriza. Quer fazer tudo ao mesmo tempo, vive com pressa e estressado. É idealista, mas desorganizado. Humildade e paciência não combinam com seu jeito de ser. Em contrapartida, revela altas doses de iniciativa, criatividade, capacidade de sonhar alto, paixão pelo negócio, alta tolerância a incertezas e uma aguçada percepção de oportunidades.

Empreendedor moderado – Seus sonhos são bem definidos, sabe como chegar lá e seus passos são seguros. Faz uma coisa de cada vez. É persistente, revela uma certa dose de humildade, além de capacidade para negociar. Embora consiga perceber as oportunidades, procura se associar a empreendedores mais arrojados.

Empreendedor pleno – Os sonhos são muito bem definidos e a execução bem planejada e realizada. Sabe para onde quer ir e exatamente como chegar lá. Percebe as oportunidades e com freqüência cria novos negócios. É um bom planejador, escolhe parceiros adequados, revela ousadia na medida certa da responsabilidade. Toma as rédeas dos negócios e faz acontecer com competência. Apresenta foco nas prioridades e apaixona-se pelas causas. É um bom líder e carismático.

Fonte: Creative Works, Cesar Souza

Mercedes-Benz, marca registrada do Grupo DaimlerChrysler.

Fotos meramente ilustrativas.

Transportar 1 milhão e 248 mil litros por ano, gastando menos litros de combustível? Isto é um trabalho para o Sprinter Furgão.

▸ O Sprinter Furgão Mercedes-Benz tem tantas qualidades que não cabem neste texto. Começando pela economia de combustível, que só o motor eletrônico CDI de última geração pode garantir.

▸ E aí você se pergunta: "Onde a carga entra nessa história?" Bem, a capacidade de carga é exatamente do jeito que você precisa.

▸ A durabilidade também é um dos seus pontos fortes, bem como o alto valor de revenda e o baixo custo de manutenção. E, além de tudo isso, você ainda leva toda a confiabilidade da marca Mercedes-Benz. Ficou claro como água que o Sprinter Furgão é a sua melhor escolha. **Porque aqui tem Mercedes-Benz.**

▸ Para obter mais informações sobre a economia destes veículos, acesse www.mercedes-benz.com.br ou ligue para **0800 90 90 90**.

Mercedes-Benz

Dica para você que é conservador
e sempre procura opções de fundos rentáveis:
a melhor gestora de fundos de varejo é a CAIXA.

Dobre aqui

arrojado competitivos e a CAIXA.

A CAIXA da poupança e do crédito é também a CAIXA que oferece excelentes opções de fundos de investimento. Isso porque na CAIXA você conta com profissionais capacitados, diversas opções de investimento, rentabilidade competitiva e a solidez que só a CAIXA pode oferecer.

Invista em Fundos CAIXA. Rentabilidade e solidez no mesmo lugar.

CAIXA
Para você. Para todos os brasileiros.

*Eleita a melhor gestora de fundos de varejo pelo Prêmio Exame 2004.

Fundos de investimento não contam com garantia do administrador do fundo, do gestor da carteira, de qualquer mecanismo de seguro ou do Fundo Garantidor de Créditos – FGC. A rentabilidade obtida no passado não representa garantia de rentabilidade futura. Ao investidor é recomendada a leitura cuidadosa do prospecto e do regulamento do fundo de investimento ao aplicar seus recursos.

www.caixa.gov.br

OS MELHOR

ES DA WEB

Navegamos em 1.500 sites dirigidos a empreendedores e selecionamos os 54 melhores, em onze categorias, para tornar mais fácil o seu dia-a-dia

POR VIVIANE MAIA

OS CRITÉRIOS do levantamento: a escolha levou em conta o design, o conteúdo e a facilidade de navegação

Você com certeza não tem tempo de ficar horas a fio surfando na internet para encontrar as informações, ferramentas e serviços necessários ao seu dia-a-dia. E nem precisa. Para ajudá-lo nesta empreitada, a revista **Pequenas Empresas & Grandes Negócios** fez uma extensa pesquisa na rede, durante os últimos três meses. No total, navegamos em cerca de 1.500 sites do Brasil e do exterior, ligados aos negócios de pequeno e médio porte. Avaliamos em detalhes cada um deles e chegamos a uma lista que inclui os 54 melhores sites para empreendedores existentes na web.

Com a internet, tudo o que a gente precisa (ou quase tudo) está lá, ao alcance do mouse. O problema é conseguir identificar quais são, de fato, os melhores endereços para quem toca o próprio negócio como você, ou seja, aqueles que realmente podem fazer a diferença em sua trajetória empresarial. A escolha final levou em conta o design do site, a facilidade de navegação e a qualidade do conteúdo. A lista não é científica nem definitiva. Deve-se levar em conta a dinâmica da internet — o conteúdo e o formato mudam com freqüência.

A pesquisa avaliou os sites em onze categorias — portais para empreendedores, bancos, governo, comércio eletrônico, dados e pesquisas, entidades de apoio à pequena e média empresa, planejamento fiscal, recrutamento, tecnologia, invenções e sites internacionais dedicados às companhias de menor porte. Em cada categoria, elegemos o melhor dos melhores, ou seja, o favorito da revista.

MODÉSTIA – É claro que não podemos deixar de mencionar o site de **Pequenas Empresas & Grandes Negócios** *(www. pegn.globo.com)*. Modéstia à parte, é um endereço que, além do conteúdo da revista, traz as notícias mais relevantes para os pequenos e médios empresários. No nosso site, você também pode participar de enquetes e de fóruns sobre temas de seu interesse e realizar testes para avaliar o seu conhecimento em diferentes áreas do mundo dos negócios. E, de quebra, ainda pode receber gratuitamente, por e-mail, o nosso boletim, com as informações mais quentes do dia anterior. Mas, até para não atuar em causa própria, decidimos ficar de fora da pesquisa. Agora, confira a seguir quais são os sites que você deve incluir na sua lista de favoritos.

PORTAL PARA EMPREENDEDORES

DICAS PARA SEU NEGÓCIO

Para montar ou administrar a sua empresa, aqui você encontra informações preciosas

Nos sete sites selecionados, há todo tipo de orientação a quem está criando ou quer aperfeiçoar a sua empresa: como montar um plano de negócios, técnicas de gerenciamento, as melhores estratégias de marketing, caminhos para obter crédito, estudos de caso, fóruns de discussão, artigos, entrevistas, cursos online e consultorias.

■ *Instituto Empreender Endeavor*
www.endeavor.org.br
Voltado para o desenvolvimento do empreendedorismo no país, o site permite que você interaja com especialistas de diferentes áreas. Eles estão disponíveis em tempo real, em horários estabelecidos previamente. Oferece um conteúdo de boa qualidade, como a biblioteca e a videoteca virtuais.
Melhor: o acesso gratuito aos workshops, transmitidos ao vivo por meio da videoteca virtual — na qual também ficam armazenados os filmes de palestras anteriores
Pior: o usuário se perde com facilidade até se familiarizar com o site

■ *Geranegócios*
www.geranegocios.com.br
É uma boa opção para quem deseja montar o seu plano de negócios e não sabe por onde começar. Oferece um serviço de consultoria online e indica caminhos para quem pretende obter financiamentos. O site traz notícias das áreas de marketing, gestão e franquias e disponibiliza uma agenda tributária. Há também fóruns de discussão, salas de conferências, dicas sobre diferentes tipos de negócios e testes sobre conhecimentos e habilidades do empreendedor.
Melhor: o site é dinâmico e bem dividido em categorias, como negócios em casa, pequenos negócios e pequenas franquias
Pior: apesar da boa organização, falta hierarquia entre diferentes categorias

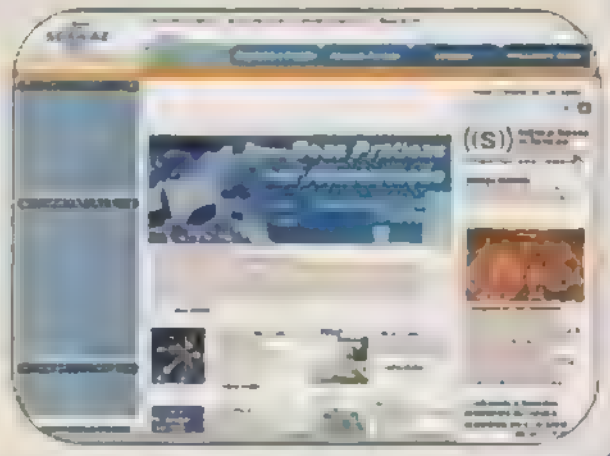
■ *Plano de Negócios*
www.planodenegocios.com.br
Criado pelo consultor José Carlos Assis Dornelas, especialista em empreendedorismo, o portal dá dicas de como montar um plano de negócios, além de artigos, entrevistas e notícias sobre a criação de empreendimentos. Traz dicas de livros e bate-papo com especialistas na área. Em outro site *(www.empreende.com.br/empreende)*, são oferecidos cursos online aos clientes.
Melhor: a orientação didática para quem quer fazer o seu próprio plano de negócios
Pior: falta dinamismo e o design é pouco atraente

■ *Starta*
www.starta.com.br
O site, criado em 1990 pelo consultor Fernando Dolabela, oferece notícias, cursos online e um software para facilitar a vida de quem quer desenvolver o seu próprio plano de negócio, o Make Money. O portal também vende livros sobre empreendedorismo.
Melhor: alguns cursos são gratuitos
Pior: não é atualizado com freqüência

■ *Clube do Empreendedor*
www.clubedoempreendedor.com.br
É uma rede de relacionamento entre empreendedores que oferece, aos associados, técnicas de gerenciamento e planejamento, fórum de negócios, biblioteca e diagnóstico para os donos de pequenas e médias empresas. Quem quiser pode enviar seu plano de negócios para análise e contar com ajuda na busca de investidores.
Melhor: a proposta de unir esforços e diminuir a solidão do empreendedor
Pior: não oferece orientação precisa de como é possível virar sócio do clube

■ *Associação dos Empresários da Pequena e Média Empresa do Brasil (Adempe)*
www.escoladeempresarios.com
De fácil navegação e design atrativo, o site oferece cursos e informações sobre áreas como contabilidade e marketing.
Melhor: tira dúvidas contábeis online
Pior: falta abrangência de temas

■ *Serviço Brasileiro de Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae)* — www.sebrae.com.br
Para quem deseja abrir uma empresa ou já tem o seu próprio negócio, o site do Sebrae, a entidade de apoio aos pequenos empresários, é imperdível. Você encontra todo tipo de informação de que precisa, de como fazer um plano de negócio à melhor forma de obter crédito na praça. Há, ainda, uma bibliografia sobre empreendedorismo e casos de empresários que tiveram idéias inovadoras ou conseguiram se destacar em seu ramo de atividade, além de cursos e testes gratuitos para você saber se tem características empreendedoras.
Melhor: a alta interatividade do site facilita a compreensão de um conteúdo que, muitas vezes, é árido por natureza
Pior: peca no cadastro necessário para o usuário ser atendido online, que é grande demais



BANCOS

ONDE OBTER CRÉDITO

Entre os sites das maiores instituições do país, veja quem dá mais espaço aos empreendedores

A escolha dos sete sites de bancos que você confere a seguir privilegiou aqueles que oferecem informações específicas para os pequenos e médios

empresários. Além dos produtos bancários mais adequados aos empreendedores, os sites eleitos na categoria fornecem boletins e relatórios econômicos e setoriais, dados e ferramentas financeiras, chats com especialistas, cursos online, testes interativos — e, o melhor, alguns oferecem tudo isso mesmo para quem não é cliente.

■ *BNDES – Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social*

www.bndes.gov.br

Logo ao entrar no site do BNDES, clique no link de Micro, Pequenas e Médias Empresas. Há informações sobre as diversas linhas de financiamento, mas não é possível fazer operações diretamente, porque são os bancos credenciados que repassam o financiamento. Pelo menos, dá para ter informações sobre os principais bancos que operam com o BNDES. O site disponibiliza uma série de publicações eletrônicas, macroeconômicas e setoriais.

Melhor: fácil de navegar e dispõe de espaço próprio para as pequenas empresas

Pior: falta interatividade

■ *Bradesco*

www.bradesco.com.br

O site tem uma área de notícias e de dados econômicos e financeiros. Traz séries históricas de câmbio, juros, inflação e de crédito, entre outras, que podem ser acessadas mesmo por quem não é correntista. O banco oferece, ainda, o seu próprio shopping virtual.

Melhor: a facilidade de navegação e o design *clean*

Pior: não oferece conteúdo específico para as pequenas empresas

■ *Santander*

www.santander.com.br

Quem tiver disposição para se cadastrar no site poderá fazer, gratuitamente, diversos cursos online sobre o mercado financeiro. Depois, é possível avaliar o aprendizado por meio de testes. Traz as últimas notícias econômico-financeiras da agência Investnews, ligada ao jornal *Gazeta Mercantil*.

Melhor: bem didático naquilo que se propõe a oferecer

Pior: não apresenta conteúdo específico para as pequenas empresas

■ *Itaú*

www.itau.com.br

Traz notícias diárias da Agência Estado e indicadores econômico-financeiros. Promove chats com especialistas do banco periodicamente. Oferece um conversor de moedas para cálculo de câmbio e diversas ferramentas para simular os seus investimentos. Tem o seu próprio shopping virtual.

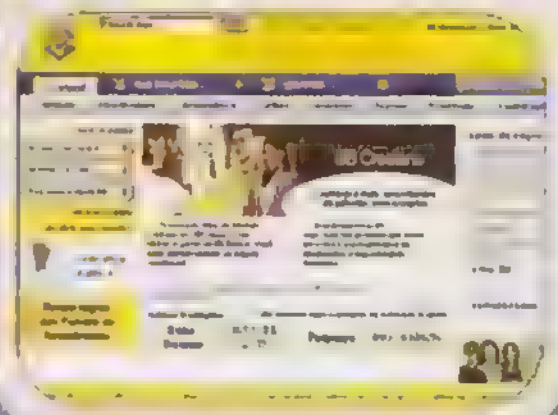
■ *Banco do Brasil*

www.bb.com.br

Foi o primeiro banco a ter em seu site uma área específica para pequenas e médias empresas. Lá, você encontra uma cartilha com tudo o que deve fazer para conseguir dinheiro para o seu negócio. Tem também informações específicas sobre o programa de crédito para informatização oferecido pelo banco. Você pode até conhecer os diferentes equipamentos comercializados no mercado navegando no próprio site. Além disso, traz notícias diárias sobre economia, mostra quais são as melhores oportunidades de negócios e inclui uma videoteca virtual, com filmes de eventos sobre empreendedorismo promovidos pelo banco.

Melhor: os cursos online sobre como abrir e manter sua empresa

Pior: o site peca apenas na organização de tantas informações valiosas



Melhor: interatividade com o usuário

Pior: não oferece conteúdo específico para as pequenas empresas

■ *Banco Real*

www.bancoreal.com.br

Tem um diretório específico para pequenas e médias empresas com dicas sobre descontos de duplicatas, cartão empresarial, cobrança e folha de pagamento. Oferece ferramentas para simulação de operações de crédito e de leasing. Permite acesso aos relatórios econômicos elaborados pelo banco.

Melhor: as explicações sobre as operações do dia-a-dia ajudam os novatos

Pior: poderia disponibilizar mais informações de interesse dos empreendedores

■ *BankBoston*

www.bankboston.com.br

Traz uma área específica para empresas com calendário de tributos e casos de empreendimentos que encontraram uma solução para suas necessidades com o uso de produtos e serviços bancários. Os boletins de informações são acessíveis apenas a clientes.

Melhor: o site é bem organizado e os exemplos de empresas são didáticos

Pior: não oferece conteúdo específico para as pequenas empresas

GOVERNO

PORTAS ABERTAS EM BRASÍLIA

Os endereços escolhidos vão além da burocracia. Mostram oportunidades que valem ouro

Já há algum tempo não é preciso ficar nas filas dos guichês para resolver uma série de pendengas com o governo. A internet tem dado conta do recado. Mas você também pode usar a rede para vender produtos e serviços a ministérios e obter apoio estatal aos seus negócios. Basta entrar nos sites como o Portal do Exportador e o ComprasNET. O foco aqui é o ▷

governo federal. Uma lista de sites ligados a estados e municípios seria exaustiva.

■ Portal do Exportador
www.portaldoexportador.gov.br

O site tem praticamente tudo o que você precisa saber sobre exportações. Traz informações de procedimentos para exportar, um calendário de feiras e links de sites internacionais relacionados ao assunto. Há uma área para os exportadores cadastrarem as suas empresas gratuitamente, além de informações sobre acordos comerciais e tarifas de importação de diferentes países.

Melhor: sem custo, é possível colocar o seu nome na vitrine e ficar a par das oportunidades de mercado

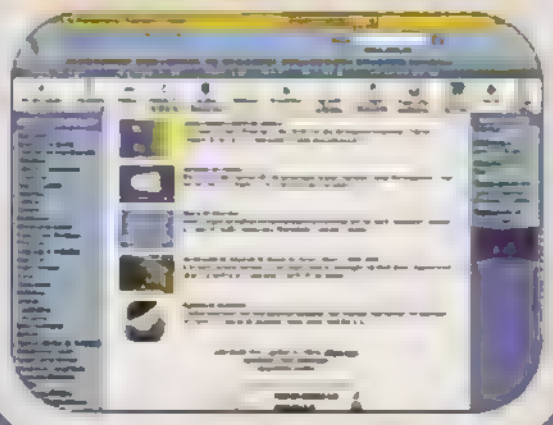
Pior: não oferece conteúdo específico para as pequenas empresas

■ Portal de Serviços e Informações do Governo — www.e.gov.br

Site do Ministério do Planejamento, Orçamento e Gestão traz vários recursos importantes para o empreendedor. Entre eles, mostra como abrir seu negócio, dá informações sobre os projetos do governo para apoio a empreendedores e também sobre comércio, serviços, agricultura e indústria. Oferece serviço de boletins para quem se inscrever.

Melhor: num único site, você encontra tudo relacionado ao governo federal

Pior: o design é um pouco poluído



■ ComprasNET
www.comprasnet.gov.br

O portal informa quais são os produtos e serviços que o governo federal pretende adquirir. As compras são definidas por meio de um pregão eletrônico, no qual os interessados podem fazer as suas ofertas. O site explica os procedimentos para participar de um leilão e permite que você acompanhe como está o andamento do mesmo. Traz um diretório com a legislação de licitações.

Melhor: acesso livre às informações dos pregões e cursos online.

Pior: peca pelo design ruim

■ Receita Federal
www.receita.fazenda.gov.br

O site da Receita Federal traz uma infinidade de serviços para pessoas jurídicas. Desde os mais conhecidos, como os relacionados à declaração do Imposto de Renda ao programa de auto-regularização de situação fiscal, que pode ser feita pela internet. Você encontra a agenda tributária, alíquotas e tabelas, entre outras informações. Há um bom instrumento de busca para quem se perder no meio do caminho.

Melhor: o serviço prestado online

Pior: o visual é pouco atraente

COMÉRCIO ELETRÔNICO

DESTAQUE NA VITRINE

Para estabelecer ou fortalecer a sua loja na internet, você pode fazer uso dos shoppings virtuais

Nessa categoria, foram eleitos os melhores portais de vendas online. Para os pequenos e médios empresários, o comércio eletrônico é sem dúvida uma ferramenta poderosa de vendas. E, melhor, não é preciso gastar rios de dinheiro para estabelecer a sua marca no mundo virtual. Uma alternativa é se associar a um nome forte do mercado — como o dos sites a seguir. Eles funcionam como shoppings da web: o consumidor entra, procura o produto, compara preços e compra. Alguns dão suporte no atendimento aos clientes e ajudam na logística.

■ Shop Fácil —

Se você quer vender seus produtos pela internet e não tem o próprio site, não se preocupe. O ShopFácil, shopping virtual do Bradesco, é um dos maiores e mais tradicionais portais de compras do Brasil. Faz parceria com empresas de logística e disponibiliza sua própria central para suporte a clientes. Prioriza lojistas que tenham estabelecimentos tradicionais, mas também dá acesso, após análise mais

■ Buscapé
www.buscape.com.br

O site de busca compara preços entre 5 milhões de produtos e serviços e diz receber a visita de mais de 300.000 internautas por dia. O lojista deve fazer um depósito mínimo de 100 reais e, como um celular pré-pago, sua conta vai sendo debitada a cada clique do consumidor. Há mais de 1.200 empresas associadas e suas ofertas podem aparecer nos anúncios que o Buscapé faz em outros sites.

Melhor: a navegação é simples e o site tem grande abrangência

Pior: você paga mesmo se a venda não for efetuada a cada clique na sua loja

■ Shopping UOL
www.uol.com.br

O UOL é um dos principais sites brasileiros e tem uma importante área de comércio eletrônico. Para obter informações de como colocar seus produtos e serviços no site, é preciso preencher um cadastro.

Melhor: sua empresa terá como base um dos principais sites do país.

Pior: a burocracia necessária para conhecer o funcionamento do shopping

■ CorreiosNet Shopping
www.shopping.correios.com.br

Responsáveis por 70% das entregas online

www.shopfacil.com.br

detalhada, a empreendedores da web.
Melhor: a navegação é intuitiva e simples
Pior: abusa dos banners, sem hierarquizar as promoções e categorias

do país, os Correios também têm um portal de vendas com participação importante de pequenas empresas. O site pode ser experimentado gratuitamente por 60 dias. Traz uma completa lista de perguntas e respostas de como montar uma loja virtual.
Melhor: a marca tem credibilidade
Pior: é quase impossível encontrar o shopping se o consumidor partir da página inicial *(www.correios.com.br)*

■ *E-Bit*
www.e-bit.com.br

Empresa de marketing online, a E-bit conta com um sistema de avaliação de lojas respeitado no mercado. Reúne informações sobre comércio eletrônico coletadas junto a consumidores após a realização de compras em 400 lojas virtuais. Você pode se cadastrar sem dificuldade. Há outros serviços, pagos, de pesquisas do mercado virtual.
Melhor: o cadastro não tem burocracia
Pior: a apresentação do site não dá conta de todos os serviços oferecidos

DADOS E PESQUISAS

A CHAVE PARA A INFORMAÇÃO

Nada como dispor de um bom perfil do mercado e do público-alvo para tomar decisões

Os quatro sites selecionados de institutos de pesquisa, um ligado ao governo e os outros três privados, podem dar um perfil do mercado que você deseja atingir. O IBGE e o Ibope fornecem pesquisas e dados diversificados sobre população, consumo e comportamento. O endereço da ACNielsen é para aqueles que atuam no mercado varejista e o do IDC é para quem está focado em tecnologia e telecomunicações.

■ *IDC*
http://www.idclatin.com/brasil/

É focado nos segmentos de tecnologia e telecomunicações e traz análises de mercado para mais de 4.000 clientes em todo o mundo. O site traz análises e interpretações dos consultores para o planejamento em tecnologia.
Melhor: a navegação é acessível
Pior: o design deixa a desejar

■ *ACNielsen*
www.acnielsen.com.br

A ACNielsen oferece medições e análises sobre a dinâmica do mercado varejista e as atitudes e comportamentos do consumidor. Recentemente começou a fazer levantamentos dos negócios de pequeno porte.
Melhor: as pesquisas são, sem dúvida, interessantes para empreendedores
Pior: o design não atrai e a maior parte do conteúdo só é disponível aos clientes

■ *Ibope*
www.ibope.com.br

O Instituto Brasileiro de Opinião Pública e Estatística (Ibope) fornece informações sobre o mercado brasileiro e latino-americano. O Grupo Ibope realiza pesquisas sobre mídia, opinião pública, política, consumo, comportamento, mercado, marca, propaganda e internet, entre outros.
Melhor: a navegação é fácil
Pior: a maioria das pesquisas é vendida

ENTIDADES

SUPORTE AOS PEQUENOS

Confira quem presta melhores serviços e dá apoio às empresas de menor porte

É bom saber, pelos sites das principais entidades empresariais de interesse aos empreendedores, quais as campanhas em andamento e os serviços prestados, como financiamentos e auxílio na gestão do seu negócio. Os quatro endereços eleitos oferecem artigos, dicas, guias a empreendedores e ▷

■ *IBGE (Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística)* — www.ibge.gov.br

O Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE) é o principal provedor de dados e informações do país, atendendo às necessidades dos mais diversos segmentos da sociedade. A análise do conteúdo disponível no site pode contribuir para mostrar oportunidades de negócios e mudanças de planos.
Melhor: por conta das pesquisas, o site é interessantíssimo para quem quer investir e saber mais sobre os habitantes e consumidores de sua cidade ou região
Pior: a navegação não é tão simples assim. Exige que você gaste alguns minutos para entender como funciona. Mas vale a pena

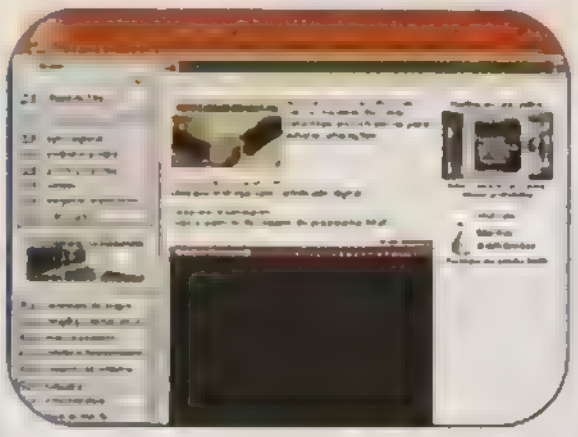
disponibilizam ferramentas como simuladores, jogos e painel de negócios. Faltou o site do Sebrae, que, mais do que uma entidade, é um verdadeiro portal para empreendedores e, por isso, mudou de categoria.

■ *Instituto Centro de Capacitação e Apoio ao Empreendedor*
www.centrocape.org.br

A entidade oferece treinamento através de uma metodologia utilizada em mais de 60 países. Baseia-se em jogos como forma de o aluno se colocar em situações corriqueiras. Conta com artigos sobre empreendedorismo, gestão, marketing e tecnologia.

■ *Fiesp* — www.fiesp.com.br

O site da Federação das Indústrias do Estado de São Paulo traz notícias atualizadas, pesquisas conjunturais e especiais, dados setoriais e também tem uma série de informações e serviços para as pequenas e médias empresas. Há um guia completo de como criar uma empresa industrial, informações sobre os programas da Fiesp para arranjos produtivos e incubadora de empresas. Disponibiliza ferramentas interativas, como simuladores de crédito e programas para a elaboração de planos de negócios.
Melhor: Há muita informação para quem é pequeno e atua no ramo industrial
Pior: O design não é tão atraente



Melhor: fácil de navegar e dá uma idéia de todos os cursos
Pior: não oferece cursos online

■ *Simpi*
www.simpi.com.br

O endereço virtual do Sindicato da Micro e Pequena Indústria do Estado de São Paulo abriga artigos com temas que interessam ao empreendedor, informações sobre legislação e cobrança de impostos. Na prestação de serviços, o Simpi oferece editais de licitações do Estado de São Paulo, facilita o financiamento por meio de convênios com bancos e agências governamentais e dá um roteiro de como montar uma empresa.
Melhor: os serviços online
Pior: falta dinamismo

■ *Câmara Brasileira de Comércio Eletrônico*
www.camara-e.net

Seu objetivo é promover o comércio eletrônico. Tem 150 sócios e oferece artigos, índices, pesquisas, notícias e entrevistas sobre os negócios na web. Há um painel no qual os sócios podem apresentar seus produtos e serviços.
Melhor: o conteúdo é bastante acessível
Pior: não há espaços para que negócios virtuais sejam realizados. Fica só na teoria

INVENTORES

QUEM APÓIA A INOVAÇÃO

Você é um Professor Pardal ou quer se aperfeiçoar? Encontre aqui o seu canal

Por incrível que pareça, os inventores encontram poucos sites brasileiros para colocar suas criações na vitrine ou trocar idéias. Selecionamos dois, o da Associação Nacional dos Inventores e o Portal das Idéias. Os outros são focados na capacitação tecnológica e em incubadoras. Também pinçamos os endereços dos órgãos responsáveis pela normatização e registro de patentes.

■ *Associação Nacional dos Inventores*
www.inventores.com.br

O site do consultor Carlos Mazzei dá informações de como registrar e vender uma invenção. Há um banco de dados com idéias de diversas áreas, arquivos em vídeo de matérias de TV com criadores de produtos e serviços e uma seção em vídeo na qual Mazzei entrevista inventores.
Melhor: o programa de Mazzei, no qual inventores contam as suas conquistas e os seus dissabores
Pior: faltam imagens dos protótipos

■ *Portal das Idéias*
www.portaldasideias.com.br

O portal pretende ser um canal de comunicação entre inventores. Dá informações práticas de patentes. O site tem um jornal, banco de dados de invenções, histórias de sucesso, informações de feiras nacionais e internacionais e links interessantes.
Melhor: a navegação é fácil
Pior: há poucos inventos cadastrados

■ *Anpei*
http://www.anpei.org.br

A Associação Nacional de Entidades Promotoras de Empreendimentos Inovadores promove a capacitação tecnológica como fator estratégico para a melhoria da competitividade empresarial. O site disponibiliza artigos, casos e dicas de consultores para diversos aspec-

■ *Cietec* —

Instalada na Cidade Universitária de São Paulo, a incubadora oferece às empresas mais de 400 laboratórios de alta capacitação. O site tem um conteúdo interessante para quem quer entrar em uma incubadora ou para quem está desenvolvendo um novo produto. Há informações sobre como participar da incubadora — inclusive, é possível fazer um passeio virtual. Disponibiliza artigos e notícias atualizadas com freqüência.

tos da inovação. Traz publicações, indicadores do IBGE e de outros centros de pesquisa.
Melhor: o conteúdo é bem diversificado
Pior: as informações em destaque na abertura do site não são as mais interessantes

■ *Anprotec*
www.anprotec.org.br
A Associação Nacional das Entidades Promotoras de Empreendimentos Inovadores é uma entidade que apóia a inovação em pequenos negócios. Clique na Rede Incubar, um portal com informações preciosas para quem está desenvolvendo um novo produto ou deseja entrar em uma incubadora. Há notícias, informações de cursos, eventos, editais de incubadoras e formação de parques tecnológicos em todo o Brasil.
Melhor: a lista de incubadoras e parques de abrangência nacional
Pior: peca no design

■ *Associação Brasileira de Normas Técnicas*
www.abnt.org.br
Responsável pelas normas técnicas no país, é uma entidade privada, sem fins lucrativos. O site dá informações sobre os diversos certificados e possibilita o gerenciamento online do acervo de normas técnicas da empresa. A agenda de cursos oferecida pode ser consultada.

www.cietec.org.br
Melhor: a TV Cietec, que traz entrevistas com empresas incubadas
Pior: o design não é atraente

Melhor: a navegação é fácil
Pior: o site não é atualizado com freqüência

■ *Instituto Nacional de Propriedade Intelectual (Inpi)*
www.inpi.gov.br
O site dá informações sobre a concessão de marcas e patentes e outros serviços da autarquia, como o registro de programas de computador, de contratos de franquia empresarial, de desenho industrial e de indicações geográficas. Disponibiliza legislação a respeito.
Melhor: a seção Perguntas e Respostas
Pior: boa parte do site é de documentos oficiais de difícil digestão e a busca e o registro de marcas e patentes não estão disponíveis online

PLANEJAMENTO FISCAL

COMO DOMAR O LEÃO

Oriente-se para enfrentar o Fisco com as informações disponíveis na internet

Talvez o conteúdo dos sites selecionados não seja voltado para os leigos. Mas não tem jeito: qualquer empreendedor precisa acompanhar o tema. E alguns dos sites disponibilizam vídeos com palestras sobre assuntos ligados à área tributária, o que torna a absorção mais fácil.

■ *PriceWaterhouseCoopers*
www.pwc.com.br
A empresa de auditoria e assessoria tributária disponibiliza gratuitamente vídeos online com palestras sobre temas como "Política Tributária para Estímulo ao Comércio Exterior" e "Planejamento Tributário". Dá notícias atualizadas, sinopse com a legislação de impostos e publicações sobre a área tributaria e sobre o mercado de capitais.
Melhor: muita informação de livre acesso
Pior: falta hierarquia na página de abertura

■ *IOB* — www.iob.com.br

A IOB Thomson oferece mais de 60 produtos, entre boletins, guias, cursos online, regulamentos, procedimentos, para as áreas regulatória e jurídica. Traz notícias sobre diversos impostos como ICMS, Simples, além de informações das áreas trabalhista e contábil. Disponibiliza vídeos com palestras sobre temas tributários e envia uma *newsletter* caso você se cadastre.
Melhor: as informações são atualizadas com freqüência
Pior: a maioria dos serviços é paga

■ *Instituto Brasileiro de Planejamento Tributário (IBPT)*
http://www.tributarista.org.br
Criado em 1992, o IBPT dá informações sobre planejamento tributário. Faz estudos gerais, setoriais e empresariais. Há cursos online, boletins e artigos de interesse para o pequeno e médio empresário.
Melhor: o empreendedor pode receber uma newsletter, caso se cadastre
Pior: o espaço para notícias fica vazio

■ *FiscoSoft*
www.fiscosoft.com.br
Empresa voltada para a prestação de informações fiscais, iniciou suas atividades em 1999 e tem como proposta manter seus assinantes atualizados nas áreas tributária, previdenciária, trabalhista e aduaneira. O site traz conteúdo para quem precisa obter informações sobre legislação federal, estadual e municipal, com tabelas, índices e agendas tributárias.
Melhor: oferece seminários pela internet e é atualizado diariamente
Pior: os serviços são exclusivos para assinantes, mas você poderá testá-los por sete dias gratuitamente ▷

RECRUTAMENTO

MONTE SEU TIME VIA WEB

A contratação de funcionários pela internet tem se mostrado uma alternativa rápida e barata

Aqui não há segredo: os quatro sites selecionados servem para você cadastrar suas vagas e buscar currículos de seu interesse. Hoje já estão disponíveis apresentações em vídeo dos candidatos. Alguns dos sites fazem para você a triagem dos candidatos. Muitos serviços de recrutamento são gratuitos, o que é uma vantagem e tanto para quem é pequeno. Alguns sites oferecem serviços de consultoria na área de recursos humanos.

■ *Manager Online*
www.manager.com.br

Você pode cadastrar vagas e pesquisar profissionais e estagiários no banco de dados gratuitamente. Permite triagem online através de minicurrículos, de forma a dar uma rápida visualização. Todas as vagas incluídas no site são confirmadas via telefone por meio de um serviço de atendimento personalizado. Presta consultoria em recursos humanos e faz pesquisa de remuneração.
Melhor: a pesquisa é gratuita e o site permite fazer uma triagem
Pior: as vagas ficam na rede só por 45 dias

■ *Banco Nacional de Empresas (BNE)*
www.bne.com.br

O site oferece, gratuitamente, anúncio de vagas, busca e triagem de currículos de acordo com o perfil solicitado. Presta serviços de consultoria em recursos humanos.
Melhor: envia currículos diretamente para o e-mail do solicitante
Pior: o design não é atraente

■ *Curriculum.com.br* — www.curriculum.com.br

Criado em 1996, o site foi um dos primeiros a oferecer recrutamento online. Você pode anunciar gratuitamente suas vagas. Alguns dos candidatos a emprego não só cadastram seu currículo como gravam mensagens em vídeo. Há também um serviço de consultoria na gestão de recursos humanos.
Melhor: você pode definir o perfil de acordo com a sua necessidade, fazer triagem e entrevista virtual
Pior: é preciso ser assinante

■ *Curriex*
www.curriex.com.br

Você pode, gratuitamente, colocar as suas vagas no site e pesquisar candidatos no banco de dados. Há notícias sobre recursos humanos e consultoria na área de *outplacement*, se você quiser recolocar funcionários demitidos.
Melhor: a pesquisa é gratuita
Pior: os serviços são mais voltados aos candidatos do que às empresas

TECNOLOGIA

INFORMÁTICA SOB MEDIDA

Aqui você encontra as soluções que melhor se ajustam às empresas de pequeno porte

Sites como os da HP e da Microsoft trazem informações específicas aos empreendedores. Não só. Vão além de expor seus próprios produtos e serviços e procuram orientar o empresário na escolha de computadores e softwares, dão dicas de como organizar o fluxo de informações e processos e exemplificam com casos de sucesso. Há até informações gerais de como gerenciar um pequeno negócio. O terceiro site selecionado, o Clube do Hardware, dá uma geral sobre o uso de tecnologia, mas é para iniciados.

■ *HP*
(www.hp.com.br/smb)

A HP destina uma seção de seu site apenas a pequenas e médias empresas. Traz informações sobre soluções da fabricante. Na área de serviços, você encontra a rede autorizada HP em todo o país e consegue baixar drives e softwares para equipamentos. Em dicas, o internauta descobre como escolher o primeiro servidor para sua empresa e encontra informações para se proteger dos falsificadores de suprimentos de impressão. A HP envia uma newsletter com promoções e dicas de produtos aos cadastrados.
Melhor: oferece informações sobre opções de financiamento, permite realizar a compra via internet e traz recurso de bate-papo, que possibilita a troca de informações em tempo real com a empresa
Pior: quando você pesquisa sobre os produtos, pode cair em um diretório em inglês

■ *Microsoft* —

Além de informações sobre os produtos corporativos da Microsoft, há uma seção dedicada a pequenas empresas que dá um roteiro de como lidar com as principais questões da área tecnológica: como organizar processos, escolher e gerenciar software, comunicar-se via internet, comprar ou atualizar computadores e encontrar um bom consultor de informática. O site traz também ca-

SITES INTERNACIONAIS

O MUNDO À SUA MÃO

Com um clique, você acessa as melhores informações da rede para empreendedores

A lista de sites formidáveis para empreendedores é exaustiva, mas tínhamos que fazer uma restrita seleção. Esperamos que você goste daqueles que escolhemos. Trazem dicas sobre diversas áreas: gestão, estratégia, marketing, tecnologia, entre outros assuntos. Os testes disponíveis são bem instrutivos. Artigos e informações de livros, conferências e encontros conectam você com o que há de mais atual no mundo para os pequenos empresários.

■ *Clube do Hardware*
www.clubedohardware.com.br

Para quem já conhece um pouco e busca saber mais sobre tecnologia, este é o endereço indicado. Há dicas, por exemplo, de como comprar um micro sem ser enganado, artigos, além de perguntas e respostas sobre diversos temas.
Melhor: conteúdo bem diversificado.
Pior: exige um conhecimento razoável de tecnologia.

■ *Social Science Information Gateway*
http://sosig.ac.uk/business/

Para quem deseja seguir um padrão internacional de elaboração de plano de negócios, este site oferece bons modelos. É indicado também para quem pretende exportar, pois traz algumas dicas e cuidados importantes. Além disso, há artigos sobre marketing, legislação, gestão e estratégia.
Melhor: para quem quer informações sobre como fazer plano de negócios, o conteúdo é fundamental
Pior: o design não é tão atraente

■ *Entreworld.org*
www.entreworld.org

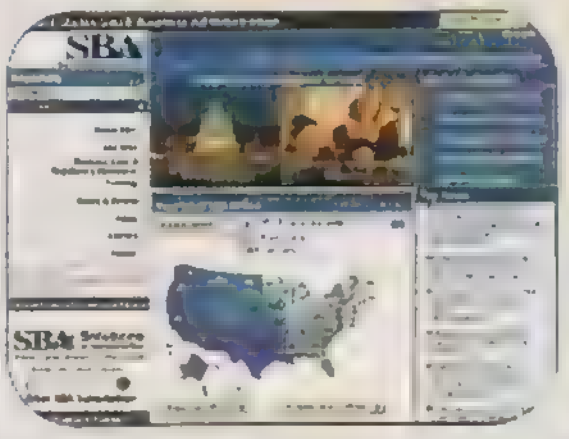
Portal criado pela Kaufman Foundation, instituição criada em 1992 para o desenvolvimento do empreendedorismo, traz artigos específicos para quem pretende montar o seu próprio negócio, expandir a sua empresa ou aperfeiçoar os seus conhecimentos em gestão. O site traz dicas de livros de empreendedorismo e informações sobre como adquiri-los. Oferece ainda uma lista de conferências e encontros.
Melhor: a quantidade e qualidade de dicas
Pior: o design é poluído

■ *Entrepreneur Magazine*
www.entrepreneur.com

O site da revista *Entrepreneur* tem uma infinidade de informações, artigos e dicas para quem está montando um negócio ou uma franquia e para quem quer gerenciar melhor sua empresa ou expandi-la. Abrange todas as áreas: recursos humanos, estratégia, tecnologia, finanças, marketing. Possui uma boa ferramenta de busca.
Melhor: tem artigos de excelente qualidade e de livre acesso
Pior: os anúncios às vezes se confundem com o material editorial

■ *Small Business Administration (SBA)*
www.sba.gov

A Small Business Administration é uma entidade criada pelo Congresso americano há 50 anos para estimular o empreendedorismo nos EUA. No site, você pode encontrar um guia completo, com dicas e informações sobre legislação, marketing, tecnologia e gestão. Superdidático, tanto para quem quer abrir um negócio quanto para quem já o tem. Tem agência de notícias.
Melhor: os testes para você verificar se tem perfil empreendedor
Pior: muitas informações só fazem sentido no cenário americano



■ *Revista Inc.*
www.inc.com

O site da revista *Inc.* oferece artigos e dicas a empreendedores, nas mais diversas áreas: finanças, tecnologia da informação, internet, operação, estratégia e liderança, vendas, marketing, recursos humanos e legislação, entre outros. A ferramenta de busca ajuda a encontrar os temas de seu interesse.
Melhor: a seção Como Fazer, com orientação e testes em diferentes áreas
Pior: parte do conteúdo só faz sentido no contexto americano e os anúncios às vezes se confundem com o material editorial

http://www.microsoft.com/brasil/pequenasempresas/default.mspx

sos de sucesso com empresas que utilizam diferentes soluções de tecnologia. Na área de licenciamento de software, é possível tirar dúvidas sobre as opções disponíveis e identificar qual é a modalidade mais adequada ao seu tipo de negócio. Mas a seção de pequenas empresas vai além: traz dicas de como iniciar e administrar um negócio e de como buscar oportunidades de vendas.
Melhor: a abrangência das informações. O site não se restringe a falar dos produtos Microsoft
Pior: ao entrar em produtos, você se depara com algum conteúdo em inglês

A Microlins tem 600 motivos para você ser um franqueado.

Se você procura segurança, credibilidade, experiência e lucratividade, é tudo isso que queremos oferecer a você.

O sistema de Franchising do Brasil é um dos mais modernos do mundo, ocupando hoje o 3º lugar. A Microlins Franchising contribui maciçamente para isso, ocupando o 14º lugar no segmento. São 13 anos de experiência no setor de educação e treinamento profissionalizante formando e encaminhando jovens e adultos ao mercado de trabalho. É a Microlins Franchising inovando em tecnologia e qualidade de primeiro mundo. Faça parte deste time vencedor com mais de 600 franqueados Microlins por todo país e trilhe o caminho do sucesso.

Os 10 benefícios do franqueado Microlins

1. Mais de 80 franqueados possuem mais de 1 franquia.
2. Alta lucratividade.
3. Mais de 40 opções em cursos profissionalizantes.
4. Mais de 600 franqueados satisfeitos.
5. Produtos líderes de vendas.
6. Suporte regionalizado ao franqueado.
7. Propaganda nacional toda semana.
8. Baixo investimento inicial.
9. Marca líder com mais de 250 mil alunos.
10. A empresa que mais cresce no setor.

SELO DE EXCELÊNCIA EM FRANCHISING 2003 SEBRAE

Microlins Franchising

Central de Atendimento

0300 789 1220 - 17 3216 8700

www.microlins.com.br

SEBRAE
...rceiro dos brasileiros

BOLETIM DO EMPREENDEDOR

ABRIL 2005 www.sebrae.com.br

MERCADO

FORNEÇA AO GOVERNO

Já vai longe o tempo em que só vendia para o governo quem tinha prestígio no círculo do poder. Cada vez mais micro e pequenas empresas vencem os pregões eletrônicos de compras governamentais. Saiba como você também pode participar para conseguir faturar mais

Página 80

LIVROS PARA EMPREENDEDORES

O Projeto Parcerias com Editoras incentiva empresas e autores a produzir novas publicações voltadas para os negócios de menor porte

Página 78

CONSULTA DIGITAL

Veja o ranking dos documentos mais procurados por internautas na Biblioteca Online

Página 79

ELAS MERECEM MAIS

Primeira versão do Prêmio Mulher Empreendedora promove a capacitação das vencedoras

Página 83

COMEÇAM AS INSCRIÇÕES AO DESAFIO SEBRAE

Em sua quinta edição, a nova versão do jogo de empresas para universitários promovido pelo Sebrae traz novidades e incorpora um projeto que prevê a educação continuada para os estudantes com pelo menos um curso presencial durante um ano

Página 84

REALIZAÇÃO • UNIDADE DE MARKETING E COMUNICAÇÃO DO SEBRAE NACIONAL

Nas livrarias

O projeto Parcerias com Editoras viabiliza a publicação de oito obras para empreendedores

Nos Estados Unidos, quase todas as livrarias têm uma seção sobre *small business* (pequenos negócios). No Brasil, as obras relacionadas ao tema são raras e estão dispersas. O projeto Parcerias com Editoras, do Sebrae Nacional, surgiu em maio de 2004 para reverter tal deficiência. Desde então, já financiou a publicação de oito obras.

Lançada em março, a obra mais recente — *Desenvolvimento: Includente, Sustentável e Sustentado* — é do sociólogo Ignacy Sachs, da Escola de Altos Estudos em Ciências Sociais de Paris. O prefácio é do economista Celso Furtado, falecido em novembro de 2004. No livro, Sachs destaca a inclusão social pelo trabalho de qualidade e não pelo subemprego.

O objetivo do projeto é incentivar autores e editorias a produzirem obras que abordem assuntos de interesse das micro e pequenas empresas, com a aquisição de um terço da obra para distribuição a bibliotecas do Sebrae, universidades públicas e centros tecnológicos. Uma das obras publicadas, *Administração para Profissionais Liberais*, de Fabio Zugman já está à venda até nas livrarias de Portugal.

Os autores interessados em atuar nesse segmento devem apresentar propostas às editoras credenciadas pelo projeto, cuja relação está no site do Sebrae (*www.sebrae.com.br*).

ESTANTE DO EMPREENDEDOR

Confira os livros publicados no âmbito do projeto Parcerias com Editoras

Título	Autor	Editora
Planejamento do Negócio — como transformar idéias em resultados	Armando Clemente	Editora Lucerna
Como Ingressar nos Negócios Digitais	Eduardo Mayer Fagundes	Edições Inteligentes
Por Dentro da Bolha	Paulo Veras	Edições Inteligentes
Caminhos do Desenvolvimento	Bruno Bezerra	Edições Inteligentes
Desenvolvimento: Includente, Sustentável e Sustentado	Ignacy Sachs	Garamond
Guia de Referência do Mercado Financeiro	Luis Carlos Toscano Jr.	Edições Inteligentes
A Criatividade do Rei: um mistério fácil para você se tornar mais criativo	Roberto Lima Netto	Ediouro
Administração para Profissionais Liberais	Fabio Zugman	Elsevier

GRANDES FRANQUIAS

Em abril, projeto pioneiro ganha dimensão nacional

Pequenas empresas ganharão apoio para montar e aprimorar suas próprias franquias.
É o que prevê o Programa Desenvolvimento de Franquias para Micro e Pequenas Empresas, que será lançado em todo o país este ano, com base no Projeto Franqueador Rio, do Sebrae-RJ. Criada em 2002, a experiência desenvolveu franquias de 16 empresas, como a rede de lanchonetes Burgão e o restaurante Guapo Locco, especializado em comida mexicana. A meta do programa é desenvolver pelo menos duas franquias em cada estado no primeiro ano.
A média de mortalidade entre franquias é de apenas 5% nos três primeiros anos.

BOAS EMBALAGENS

Parceria vai financiar até 70% dos projetos

As micro e pequenas empresas ganharam uma parceria de peso para ter mais condições de melhorar suas embalagens. O Sebrae e a Abre (Associação Brasileira de Embalagem) tornaram-se parceiros em programa que vai financiar e aprimorar o desenvolvimento de projetos de embalagens, orçados em até 10.000 reais. Estão reservados 1,2 milhão de reais para apoiar os candidatos ao incentivo. Os interessados devem procurar a unidade do Sebrae mais próxima e apresentar sua proposta.

Guia Empresarial

Obra está na internet e nos balcões de atendimento

Já está disponível nos balcões de atendimento do Sebrae o *Guia de Gestão Empresarial*, elaborado pela Unidade de Orientação Empresarial. Com distribuição gratuita, a obra traz planilhas de fluxo de caixa, análise de processos produtivos e testes para identificar a eficácia da empresa. O texto, escrito por consultores do Sebrae, ressalta a necessidade de o empresário ter metas bem definidas para tocar seu negócio, adotar estratégias e conhecer as dimensões do empreendimento. "Não é possível sustentar um negócio, qualquer que seja, sem mudar", ensina a obra.

GESTÃO DE TRANSPORTES

Protoloco prevê capacitação de 3.000 empresas associadas

Espinha dorsal da produção industrial e agrícola do país, o transporte de cargas sofre atualmente com a desorganização e a concorrência dos empreendedores informais. A Agência Nacional de Transportes Terrestres tem em seu cadastro 56.000 empresas de transporte de cargas em todo o país.
Com o intuito de organizar e melhorar a gestão das pequenas empresas transportadoras de carga do estado de São Paulo, um protocolo de intenção foi firmado em março entre o Sebrae em São Paulo e a Federação das Empresas de Transporte de Cargas do Estado de São Paulo. O protocolo prevê a capacitação do setor, com o objetivo de melhorar os serviços e reduzir custos diretos e indiretos. As ações previstas incluem cursos de gestão do negócio, palestras, workshops, consultoria, um estudo da atividade empresarial e a criação de incubadoras de empresas. A federação representa 13 sindicatos do estado de São Paulo, com cerca de 3.000 empresas associadas.

> **Uma empresa é eficaz quando gera e monitora resultados para os clientes, proprietários, colaboradores, fornecedores e para a sociedade**
>
> *Guia de Gestão Empresarial*

Documentos mais procurados

Cada visitante consultou pelo menos um arquivo

O empreendedor disposto a atualizar seus conhecimentos deve navegar pela Biblioteca Online do portal do Sebrae na internet. Desde o início de 2004, os internautas já consultaram 495.000 documentos — 163.000 só em 2005. Nesse período, a biblioteca teve 396.794 visitas. "Estatisticamente, cada visitante consultou pelo menos um documento", afirma Geraldo Souza, responsável pela biblioteca. Um dos mais consultados foi "Como elaborar um plano de negócio", com 313 downloads diários.

VISITAS VIRTUAIS

Dados da Biblioteca Online atualizados até o dia 16 de março de 2005

Documentos	Downloads
Sistema financeiro e as micro e pequenas empresas: diagnósticos e perspectivas	31.459
Inteligência comercial para arranjos produtivos locais	18.211
Capital empreendedor	16.079
Como elaborar um plano de negócio	8.795
Guia do empreendedor: identificação de oportunidades	6.952

14,1% do valor dos contratos. Isso porque essas empresas firmam contratos, na maioria das vezes, por dispensa de licitação por causa do valor de até 8.000 reais. Levam 98,2% das contratações até esse limite.

Uma luz aparece no horizonte. Em abril, deverá desembarcar na Casa Civil da Presidência da República o projeto da Lei Geral das Micro e Pequenas Empresas, com um capítulo que visa a aumentar de 17% para 28,5% a participação das micro e pequenas empresas nas compras governamentais. Prevê ainda desburocratização das licitações em 1.635 municípios até 2007.

O projeto foi elaborado pelo Serviço Brasileiro e Apoio às Micro e Pequenas Empresas (Sebrae), em parceria com a Confederação Nacional de Municípios (CNM), entidades empresariais e representantes dos ministérios do Planejamento, da Fazenda e do Desenvolvimento.

Entre os benefícios do novo projeto, destacam-se as licitações para contratos de até 80.000 reais, que passarão a ser restritas às micro e pequenas empresas, desde que sejam competitivas. É algo semelhante a uma legislação norte-americana de 1953, que reserva ao segmento as compras governamentais de até 100.000 dólares.

"A Lei de Licitações é uma barreira ao acesso de micro e pequenas empresas. Por conta disso, o setor que mais emprega no Brasil enfrenta uma enorme dificuldade. Precisaria haver uma legislação própria para estimular as micro e pequenas empresas, a exemplo do que ocorre em outros países, como nos Estados Unidos", aponta o economista Márcio Pochmann, professor da Unicamp, especialista em crescimento e emprego.

MERENDA ESCOLAR

O novo projeto pretende fomentar o desenvolvimento local através das compras governamentais. Um exemplo que pode ser praticado é o incentivo na aquisição de merenda escolar com produtores e distribuidores do próprio município e da região.

É o que já acontece no município de Conselheiro Mairinck, a 200 quilômetros de Londrina (PR). Lá, 800 alunos de duas escolas e de uma creche são alimentados com produtos orgânicos graças ao acordo firmado entre a prefeitura e agricultores da região.

No projeto de "Compras Governamentais" está prevista também a autorização para que as micro e pequenas empresas com débitos tributários e previdenciários, vencedoras de licitações, tenham prazo para regularizar a situação, a fim de realizar a assinatura do contrato de fornecimento aos governos.

Outra vantagem do projeto é o empate técnico. Por esse critério, a micro ou a pequena empresa que tiver fornecido uma proposta com um valor pouco superior ao apresentado pela média ou grande empresa em um processo de licitação, até um limite percentual ainda não definido, pode entregar uma nova proposta cobrindo o menor valor.

Segundo o secretário de Logística e Tecnologia da Informação do Ministério do Planejamento, Rogério Santanna, a meta do projeto é possibilitar a criação de mais de 650.000 novos postos de trabalho até o final deste governo.

"O tratamento favorecido busca incrementar a participação das microempresas e de pequeno porte no processo de desenvolvimento econômico e social", destaca Santanna. ■

PARA ENTRAR NO JOGO

Cinco dicas para você participar das compras governamentais

- Obter via Internet as certidões Certidão Negativa de Tributos *(www.receita.fazenda.gov.br)*, INSS *(www.inss.gov.br)*, FGTS *(www.cef.com.br)* e da Dívida Ativa da União *(www.pgfn.fazenda.gov.br)*
- Estar em dia com a documentação da empresa (contrato social e últimas alterações). Sites de pregão eletrônico, como *www.comprasnet.gov.br* e *www.bb.com.br* e *www.bec.sp.gov.br*, oferecem formulários para a atualização de sua empresa
- Disponibilizar esses dados em cadastros de licitações dos sites dos governos estaduais, municipais e estatais e no Sicaf (Sistema de Cadastramento Unificado de Fornecedores), do governo federal. Esse cadastro possui validade em todo o território nacional e pode dispensar a apresentação de documentos impressos para participar das licitações
- Fazer incorporar à rotina da empresa consultas e assinaturas de sites e publicações especializadas que fazem triagem de informações sobre licitações de interesse da empresa, com base nos diários oficiais da União e dos Estados. Entre esses sites estão *www.jornaldaslicitacoes*.com.br, *www.conlicitacao.com.br* e *www.rcc.com.br*
- Participar de cursos sobre compras governamentais ou contratar especialistas para orientar as empresas sobre como proceder nas licitações

Fonte: RHS Licitações/Inovarh//Unidades de Políticas Públicas do Sebrae Nacional e São Paulo

EDITORA GLOBO

EDIÇÃO ESPECIAL

SABE COMO ESCOLHER AS MELHORES FRANQUIAS DO BRASIL? NÓS SABEMOS, E CONTAMOS PARA VOCÊ.

Pelo segundo ano consecutivo a revista *Pequenas Empresas & Grandes Negócios* vai premiar "*As Melhores Franquias do Brasil*". Em junho, os profissionais de franchising conhecerão os melhores do setor.

O resultado dessa premiação é um reconhecimento da capacidade e competência das empresas que atuam no mercado de franquias, movimentando um dos segmentos mais importantes da economia nacional.

Serão premiadas 15 empresas de diferentes ramos de atividades, e entre elas será escolhida a *Franquia do Ano*.

PARTICIPAM DA PREMIAÇÃO AS CATEGORIAS:

- Alimentação
- Beleza, estética e saúde
- Calçados e acessórios pessoais
- Comunicação, gráfica e sinalização
- Construção, decoração e unidade
- Cosméticos e perfumaria
- Educação e treinamento
- Esporte e lazer
- Informática e eletrônica
- Limpeza e conservação
- Livraria, papelaria e fotografia
- Serviços automotivos
- Serviços gerais
- Vestuário
- Viagens e turismo

REVISTA EMPRESAS & NEGÓCIOS

FINANÇAS

Para chover na sua horta

Saiba quais são os aspectos que você deve levar em conta para pedir um empréstimo no banco e assim, quem sabe, reduzir as chances de ouvir um sonoro não do gerente

Se você é um empreendedor da gema, com certeza acredita na viabilidade de seu negócio, mas não tem todos os recursos necessários para dar o pontapé inicial ou para fazer a sua empresa crescer e prosperar. Você até confia no seu taco, mas a sua auto-estima desaba na hora de pedir um empréstimo ao banco. Afinal, pedir dinheiro emprestado, em qualquer circunstância, é sempre uma situação constrangedora. De cara, a porta rotatória não lhe dá as mais amistosas boas-vindas. Barrado pelo segurança, você tira as chaves e o celular do bolso para conseguir entrar na agência. Senta-se, finalmente, na frente do gerente, morrendo de medo de ouvir um sonoro não ao seu pedido. Vida dura, não é mesmo?

Para aumentar as suas chances de receber uma resposta positiva, o ideal é que você vá à agência muito bem preparado. Com o objetivo de ajudá-lo a chegar lá, **Pequenas Empresas & Grandes Negócios** ouviu executivos de alguns dos principais bancos que operam com os empreendimentos de menor porte, para mapear os principais fatores avaliados na concessão de crédito. E, acredite se quiser, apuramos que eles vêm emprestando cada vez mais aos pequenos e médios empresários. Na filial brasileira do BankBoston, por exemplo, o crescimento da carteira de crédito na área atingiu 60% no ano passado. No Real ABN-Amro, foi de 40%. "Os bancos estão cada vez mais dispostos a emprestar para as pequenas empresas, porque o risco é mais pulverizado", afirma Renato Pasqualin, superintendente-executivo de crédito do Real.

Agora, confira as dicas dadas por eles para facilitar a sua vida quando você precisar de crédito bancário:

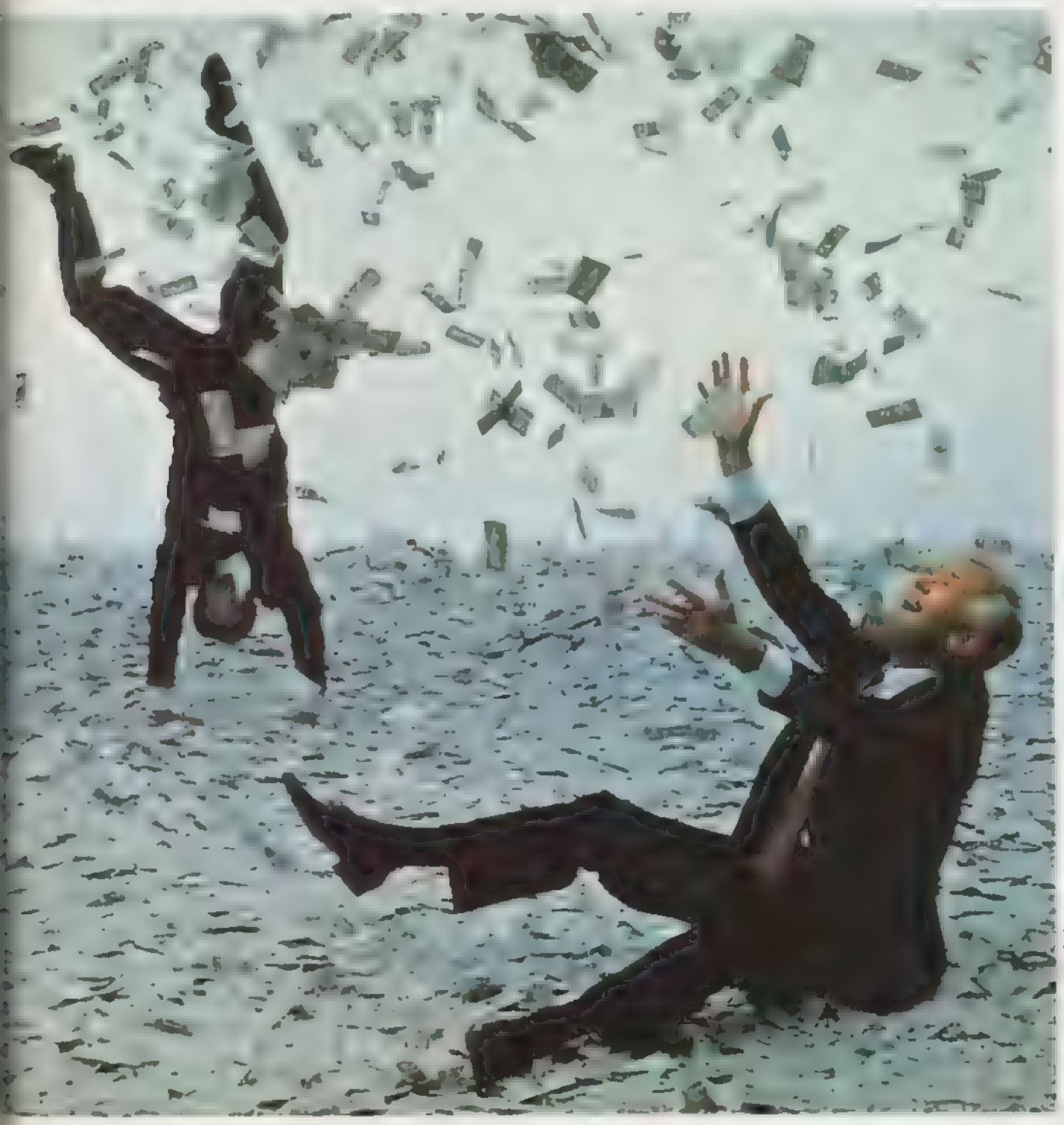
■ **Tenha cuidado na apresentação** – Vestir-se de forma despojada funciona dentro da sua empresa, mas não numa visita ao banco. Lembre-se da já folclórica história de Anita Roddick, fundadora da Body Shop, rede inglesa de cosméticos naturais hoje presente em 50 países. Quando ela estava iniciando seus negócios, nos anos 70, entrou numa agência bancária vestindo uma camiseta com estampa do cantor Bob Dylan e as duas filhas pequenas a tiracolo. Seu pedido de empréstimo foi, obviamente, recusado. Anita fez nova tentativa, só que na segunda vez foi de terninho e acompanhada do marido. Conseguiu o dinheiro de que precisava.

■ **Avalie com frieza a viabilidade do seu negócio** – Questione se o empréstimo é mesmo imprescindível. Se estiver com a corda no pescoço, mais dívida não vai resolver o seu problema. Neste caso, negociar a reestruturação da dívida já existente, por prazos maiores e taxas menores, talvez seja a saída mais adequada

■ **Saiba o que pretende fazer com o dinheiro** – É muito comum o empresário trocar as bolas e usar o dinheiro do capital de giro para investimento. Ou seja, ele acaba pegando dinheiro de curto prazo, que serve para pagar as contas do dia-a-dia, e gasta tudo na compra de um terreno ou de máquinas. Põe recursos de custo alto em projetos que só vão dar retorno no longo prazo. "Isso acaba por estrangular a empresa", alerta Ademir Cossiello, diretor-executivo do Bradesco. Pior ainda: às vezes, o empresário consome os recursos de capital de giro em suas necessidades pessoais.

Só sai com dinheiro no bolso quem tiver os pés no chão e apresentar informações bem organizadas

■ **Fique de olho na geração de caixa** – No caso de a dívida destinar-se a investimento, o próprio equipamento financiado pode servir como garantia da operação. Mas não acredite que essa será a sua tábua de salvação. "Garantia não paga a dívida", afirma Pasqualin, do Real. "O que paga a dívida é a geração de caixa." As melhores garantias, diz ele, estão mais próximas do caixa, como cheques pré-datados, duplicatas e cartas de crédito.



■ **Apresente um projeto coerente** – Quando você quiser contrair a dívida para começar a produzir e vender, a aprovação, obviamente, fica mais complicada. Mas não impossível. "Os bancos procuram avaliar a coerência do que o empresário está fazendo", revela Pasqualin. "Geralmente, o empresário enfatiza só uma parte, mas o banco precisa do projeto completo." Para que vai servir o empréstimo? Como o empreendedor vai pagar? Tem experiência? Demonstra competência?

■ **Forneça todas as informações possíveis** – Dados que demonstrem a idoneidade e informações financeiras (se possível, com razoável histórico e regularidade) são pré-requisitos para a concessão de um empréstimo bancário. Só que muitas empresas vivem na informalidade. A transparência nas informações é o ponto principal na nossa análise", afirma Marcelo Boock, superintendente-executivo de políticas de crédito do BankBoston no Brasil.

■ **Tenha um bom controle financeiro** – Muitos empreendedores são bons técnicos, mas não têm uma visão financeira apurada. Gabam-se do faturamento, mas se esquecem de que os fatores decisivos são lucro e fluxo de caixa. O gerente do banco quer saber se sua empresa vai gerar recursos para quitar a dívida. Às vezes, diz Cossiello, do Bradesco, o empresário se esquece do imposto e não percebe que a empresa está vendendo o produto abaixo do custo de produção.

■ **Invista no relacionamento** – Os bancos contam com um sistema automatizado de autorização de crédito para pequenas e médias empresas, o chamado *credit scoring*. Ele é alimentado por informações cadastrais e financeiras. Mas mesmo as operações recusadas podem ser revistas, se o gerente conhecer bem o cliente. Os critérios de concessão e a alçada do gerente variam de acordo com o banco.

■ **Faça alianças com fornecedores e clientes** – Muitos bancos sentem-se mais confortáveis se conseguem entender a cadeia produtiva em que o cliente se insere, ou seja, os prazos e as condições de pagamentos e de recebimentos. Parcerias dão aquele empurrão. O empresário André Silvestre, dono de duas revendedoras Canon, por exemplo, obteve um financiamento para um contrato de leasing de copiadoras de 5 milhões de dólares junto ao BankBoston, graças ao apoio do fornecedor. É um valor dez vezes superior ao que conseguiria sozinho. "A Canon conhece nossa revenda há 14 anos e nos ajudou a vender o peixe", comemora Silvestre. ☐ ADRIANA WILNER

LEIS E TAXAS

Alívio tributário

Decreto reduz impostos para as pequenas empresas do Recife

O que não falta por aí é discurso para facilitar a vida das micro e pequenas empresas brasileiras. Mas a verdade é que pouco se faz. A prefeitura do Recife, capital de Pernambuco, no entanto, deu um passo adiante nessa discussão. Em março, o prefeito João Paulo Lima e Silva assinou um decreto para regulamentar uma lei que dá tratamento jurídico diferenciado e simplificado para empresas de pequeno porte, com receita anual até 51.200 reais. Segundo a prefeitura, cerca de 5.000 empreendimentos podem ser beneficiados.

A nova lei reduz a alíquota do Imposto Sobre Serviços (ISS) de 5% para 2% e mantém a alíquota residencial do IPTU para estabelecimentos que funcionam na casa do empresário. Além disso, a nova norma concede 50% de isenção na Taxa de Licença de Funcionamento (TLF), cobrada semestralmente.

Segundo o prefeito, a medida é uma tentativa de trazer mais empresas para a formalidade, promover a inclusão social e gerar mais emprego e renda. "Altas taxas tributárias podem inviabilizar negócios, mas a cultura da informalidade pode inviabilizar economicamente o governo municipal", diz. ☐ A.M.F.

MARKETING I

Nem tanto ao mar, nem tanto à terra

O atendimento robotizado e o improviso não dão conta do recado. A melhor solução talvez seja trabalhar com vários roteiros montados previamente e selecionar o melhor para cada ocasião

Muitos atendentes têm o péssimo hábito de ler um roteiro preestabelecido enquanto estão falando com o consumidor. Pessoalmente ou por telefone, percebe-se que eles têm um discurso pronto, independentemente do que o freguês busca naquele momento. E, como você já deve saber, tal prática pode afugentar a clientela. Muitas empresas, no entanto, ainda nào se deram conta de que o atendimento pasteurizado não funciona e continuam orientando seus funcionários para que tratem todos os clientes da mesma forma.

Segundo os especialistas, um atendimento robotizado não é nada eficiente. Mas, ao mesmo tempo, eles afirmam que deixar tudo por conta do improviso também não dá muito certo. A soluçao, dizem eles, é fazer com que os atendentes sigam roteiros previamente elaborados de forma natural. "É preciso seguir um padrão de atendimento", afirma Fernando Pierry, sócio do Peppers & Rogers Group, consultoria especializada no relacionamento com clientes. "Todos os atendentes devem manter um certo nivel de educação e de qualidade nas informações apresentadas", diz.

MARKETING II

A pão-de-ló

Acredite, preço não é o fator fundamental. O que o cliente de baixa renda quer é um bom serviço

O consumidor de baixa renda gosta de ser muito bem tratado e está até disposto a pagar mais por um atendimento de primeira. É o que mostra uma pesquisa realizada pelo Centro de Excelência e Varejo da Fundação Getulio Vargas de São Paulo. O estudo envolveu três supermercados, cujos nomes foram mantidos em sigilo, localizados em um dos bairros mais pobres da capital paulista. Ganhou a preferência do público o que tem visual caprichado e alto padrão de serviços. O mais surpreendente foi o fato de que, apesar de praticar preços 7% a 8% mais altos, em média, do que os concorrentes, foi considerado pelos entrevistados como o estabelecimento com as melhores ofertas da região. "O resultado mostra que é preciso pensar em outros fatores além do preço", diz Edgard Barki, um dos autores da pesquisa, publicada na última edição da revista *GV-Executivo*.

Ao contrário dos outros supermercados, desenvolvidos especificamente para a população pobre, o vencedor da pesquisa segue o modelo convencional de loja. É o único na amostra que tem capital nacional e tradição na região. Está há mais de 20 anos no bairro, enquanto as outras lojas têm um histórico de apenas três anos. Quem freqüenta a loja vencedora elogia o ambiente agradável, que, na definição dos entrevistados, nada tem a ver com a sofisticação das vitrines da Oscar Freire, templo de consumo de luxo na zona sul da capital paulista. Os clientes sentem que a

A improvisação pode ser utilizada somente pelos atendentes mais experientes, segundo José Augusto Domingues, diretor da Sense Envirosell, consultoria especializada em comportamento do consumidor e estudos mercadológicos. "Assim como no teatro, onde só os grandes atores conseguem fugir do *script* e se sair bem, nos negócios é a mesma coisa", afirma Domingues. O consultor ressalta que a improvisação malfeita pode acabar com uma venda.

O maior problema da improvisação, segundo Pierry, é que os clientes terão tratamentos muito discrepantes, de acordo com quem os atender. Além disso, o nível de atendimento da sua empresa não pode ficar por conta do funcionário, simplesmente.

CAPACITAÇÃO – O grande desafio é conseguir que a equipe de atendentes siga os roteiros sem parecer algo decorado e saiba qual script seguir em cada momento.

Para que a interação pareça realmente natural, a equipe de atendimento precisa trabalhar com vários roteiros, um para cada tipo de necessidade. "É preciso estabelecer previamente diversas formas de relacionamento entre atendentes e consumidores", afirma Pierry. "E isso você faz na medida em que conhece os seus clientes", diz. "A partir do momento em que você identifica as necessidades do consumidor, consegue escolher qual roteiro seguir naquele momento", afirma Denise von Poser, professora de marketing de relacionamento na Escola Superior de Propaganda e Marketing (ESPM).

Um resultado nota dez vai depender também de uma boa capacitação, segundo os especialistas. "Os atendentes merecem dedicar tempo a um aprendizado intenso e adequado", afirma Pierry. "O maior problema das empresas é que elas só treinam os funcionários, não os capacitam", diz Denise. De acordo com ela, o treinamento só serve para processos mecânicos, já a capacitação ajuda a entender os objetivos e a visão estratégica da empresa, o que faz com que o funcionário saiba como agir em diferentes situações. A.M.F.

O grande desafio é conseguir que a equipe identifique qual script seguir em cada momento e passe a mensagem sem parecer algo decorado

CAPRICHO É ESSENCIAL

Comparação entre três lojas de um dos bairros mais pobres de São Paulo

CARACTERISTICAS	LOJA A	LOJA B	LOJA C
Porte	Grande	Médio	Pequeno
Área de venda (em m²)	2.000	800	400
Variedade de produtos	Grande	Média	Pequena
Padrão das instalações	Despojado	Médio	Despojado
Qualidade do visual	Média	Ótima	Muito fraca
Nível de serviços	Médio	Alto	Baixo
Formato de loja	Desenvolvido para a baixa renda	Supermercado convencional	Desenvolvido para a baixa renda
Índice de nível de preço*	100	107	99
Tempo de operação	3 anos	Mais de 20 anos	3 anos
Origem do capital	Estrangeiro	Nacional	Estrangeiro
Preferência popular	2º lugar	1º lugar	3º lugar

*Preço médio dos produtos – loja A= 100

Fonte: GEV da EAESP-FGV

loja tem "coração de mãe": proporciona fartura de produtos e funcionários simpáticos, do vendedor ao empacotador.

A concorrência, por sua vez, oferece uma qualidade de serviços bem precária. A outra loja, a maior delas, conta com uma boa variedade de produtos, mas o modelo adotado, de supermercado de descontos, leva o consumidor a se sentir pouco valorizado – ou até mesmo humilhado. Ou seja, o marketing de preços baixos, no caso, pesa contra o negócio. O consumidor sabe que a empresa trabalha com diferentes modelos de supermercados, de acordo com o bairro, e não perdoa o fato de ela ter escolhido um formato despojado justamente para a sua região.

TERRENO – Já o terceiro estabelecimento, de pequeno porte, possui os menores preços, mas também não agrada aos moradores do bairro. Há pouca variedade de produtos, as instalações são muito simples e o atendimento peca pelo descuido total. Resultado: a loja tem uma imagem negativa entre os potenciais consumidores.

Como se vê pelo estudo da Fundação Getulio Vargas, há um vasto espaço a explorar na faixa de baixa renda, responsável por 20% do mercado de bens de consumo do país. Quem entender as aspirações do consumidor de classe baixa e souber atendê-las certamente vai ganhar terreno. Num mercado altamente competitivo, não é pouca coisa. A.W.

VENDAS

O 'mala' já era

Não adianta forçar a barra. Para que o negócio de fato se concretize, procure jogar no time do cliente

Foi-se o tempo em que se acreditava na trivial tática de empurrar o produto ao cliente para a venda acontecer. Agora, os especialistas no assunto jogam uma ducha de água fria em quem segue esse caminho. Ao se sentir pressionado, dizem eles, pode ter certeza: o consumidor vai pular fora. Você terá mais chance de sucesso se tentar entender as necessidades e desafios do seu interlocutor. Qual é o seu perfil? O que procura? O que valoriza?

Mesmo se não fechar negócio imediatamente, procure não se aborrecer. Dê todo o suporte que puder e vá ganhando a confiança do potencial cliente. Às vezes, você não tem a solução ideal, mas sabe quem pode oferecê-la. Então, por mais que sinta aquela dor no coração, não hesite em indicar um parceiro, ou até mesmo um concorrente. Além de satisfazer o cliente, sua rede de relações vai se expandir e seus competidores, quem sabe, ficarão mais complacentes.

"Faça parte do time do seu cliente", resume Marcos Peigo, sócio da Solvo, consultoria da área tecnológica. Peigo, que virou patrão graças a seu talento na comercialização de bens e serviços, foi um dos palestrantes no workshop "Vendas: o que não se aprende na escola!", realizado no dia 9 de março em São Paulo. Promovido pelo Instituto Empreender Endeavor, importante entidade de apoio ao empreendedorismo no Brasil, em parceria com **Pequenas Empresas & Grandes Negócios**, o evento contou também com a presença de Marcelo Salim, ganhador de vários prêmios, como o Entrepreneur of the Year (2002) da Endeavor Global. O workshop atraiu uma platéia de 100 pessoas, que lotou o auditório da escola de administração de empresas Ibmec. Outros 713 assistiram ao evento pela internet.

Com sua larga experiência, os palestrantes procuraram expandir os horizontes dos participantes. Vender, para muitos, restringe-se à negociação. "Essa é a parte que faz brilhar os olhos do vendedor", afirma Peigo. Mas, para a conversa "chegar nos finalmente", será preciso cavar bem o terreno, oferecer o que o cliente quer, e, aí sim, fechar o negócio. E acabou? Nada disso. Quem souber aproveitar o relacionamento com o cliente para gerar novas oportunidades sai na frente. Os consultores dão as seguintes dicas:

✔ Fale a língua do cliente. Vá de terno ao banco, mas não à fábrica.

✔ Mapeie as relações de poder do cliente. Se for uma empresa, fale não só com o presidente, mas também com o porteiro, a secretária e os técnicos. Se for um consumidor pessoa física, procure agradar o marido (ou mulher).

✔ Trace rotas de abordagem. Quem já está vendendo para o seu potencial cliente? Ele valoriza os seus pontos fortes? Por onde passa a aprovação da venda?

✔ Explore as necessidades identificadas e também aquelas que o cliente ainda não percebeu.

✔ Defina metas e prazos. Há vários softwares que ajudam a gerenciar a equipe de vendedores.

✔ Não trabalhe no osso. Estabeleça uma margem mínima de lucro.

Os palestrantes orientam os empreendedores a valorizar, na hora da venda, a flexibilidade. Se o seu interlocutor ficar inseguro porque você é menor do que os concorrentes, diga: "eu sou ágil e entendo a sua necessidade". Por outro lado, todo o cuidado é pouco na apresentação pessoal e da proposta de negócio. Lembre-se sempre: você é a sua empresa. ☐ A.W.

RECURSOS HUMANOS

Não morri na praia!

A repórter da revista foi com um pé atrás a um jogo de treinamento no deserto. Mas o resultado surpreendeu

MICO: a orientadora ensina a montar um camelo imaginário ao som de É o Tchan!

Na quarta-feira, 16 de março, às 9 horas da manhã, eu aguardava o início do jogo O Ouro dos Reis do Deserto, ministrado pela Eagle's Flight, uma empresa canadense especializada em treinamento experiencial, com escritórios em 27 países, inclusive no Brasil. A atividade, que normalmente é aplicada a um grupo de funcionários de uma empresa, naquele dia era destinada apenas a dez convidados, incluindo alguns jornalistas.

No começo, confesso, estava com receio de participar. Imaginei que teria que andar na areia e me expor na frente dos outros participantes. Iniciado o treinamento, parecia que o meu temor se confirmava. Entramos numa sala e recebemos um chapéu de palha, que, segundo a facilitadora Ana Lúcia Costa, serviria para nos proteger do sol escaldante do deserto. Passado esse momento inusitado, nos separamos em quatro grupos e cada equipe sentou-se ao redor de uma mesa, onde havia um tabuleiro impresso em papel, informações sobre o jogo e um outro chapéu, de tecido branco. Ana Lúcia pediu que alguém do grupo colocasse o novo chapéu. Adivinhe quem foi a escolhida? Eu, é claro.

Todos devidamente caracterizados, passamos à próxima instrução: as pessoas com o chapéu branco seriam as condutoras dos camelos que nos ajudariam na travessia do deserto. Aí veio a parte constrangedora do treinamento. Eu e outros três participantes tivemos que aprender a montar e a conduzir um camelo imaginário na frente da platéia. Tudo ao som de É o Tchan! Como se diz por aí, paguei um grande mico. A essa altura, eu já estava certa de que aquele treinamento só me faria passar vergonha e não serviria para nada, mas admito, o jogo me surpreendeu.

ANÁLISE – Tínhamos 25 dias para atravessar o deserto, dividido em quadrados no tabuleiro. Havia várias opções de caminhos a seguir e, para cada dia, precisávamos decidir, em três minutos, para qual quadrado pular. O objetivo era chegar a uma mina, garimpar ouro e voltar para a base com o maior número de pepitas possível. Cada grupo recebeu uma quantia de dinheiro e foi definido um limite máximo de peso que podíamos carregar. Assim, tivemos que planejar quanto levaríamos de água, comida, barracas e bússolas para não ficarmos desprevenidos.

As condições climáticas do deserto eram os maiores obstáculos. Nós não sabíamos com antecedência como estaria o tempo em cada região do tabuleiro. Éramos informados apenas no dia anterior. No final do jogo, três grupos morreram no deserto, por falta de água e de comida. Apenas o meu grupo conseguiu retornar à base. E ainda com sete pepitas de ouro! Para concluir o treinamento, a facilitadora fez uma análise de cada grupo, traçou um paralelo com a vida profissional dos participantes e apontou áreas para aperfeiçoamento.

Apesar de chegar para participar do jogo com todas as ressalvas possíveis, acredito que o treinamento conseguiu alcançar os objetivos a que se propôs. E não estou falando isso só porque o meu grupo foi o vencedor. Lógico que gostei de sobreviver ao deserto, mas acho que o jogo de fato serviu para refletir sobre minhas qualidades e deficiências. Segundo Ana Lúcia, a meta de "O Ouro dos Reis do Deserto" é trabalhar o convívio em equipe, a tomada de decisão sob pressão, o planejamento estratégico, a flexibilidade e a gestão de recursos. "Por ser uma experiência lúdica, as pessoas baixam a resistência" diz Ana Lúcia. "Ninguém imagina o quanto o jogo pode ser transportado para a vida real." Eu concordo com ela. Achei o jogo bastante interessante, mas acredito que só surtirá efeito se as pessoas tiverem vontade e capacidade de levar o aprendizado da brincadeira para as suas vidas profissionais. ❙❙ A.M.F.

A atividade ajuda no planejamento estratégico e no trabalho em equipe

TECNOLOGIA

As melhores ferramentas para tornar a sua empresa mais eficiente

EDIÇÃO: ADRIANA WILNER

EQUIPAMENTOS

Chega de tantos fios

Saiba quais as vantagens que a rede sem fio pode trazer para o seu negócio e em que casos ela é a alternativa mais indicada

Se a sua empresa possui uma rede de computadores cabeada, você deve conhecer bem os inconvenientes de conviver com aquele monte de fios a seus pés. Não dá para entender como funcionam as conexões, tropeços são inevitáveis e não há quem nunca tenha passado pelo sufoco de interromper o trabalho no meio só por esbarrar sem querer num dos cabos que liga o computador à tomada. E se você tiver que transferir a sua empresa para outro prédio? Parte do dinheiro gasto na rede irá direto para a lata do lixo. Será preciso comprar e instalar novos cabos, canaletas, conduítes, etc. Sem falar do transtorno de perfurar a parede para a passagem dos fios ou de construir um piso falso para acomodar a maçaroca.

Para não enfrentar problemas do gênero, nos últimos dois anos muitas empresas optaram por montar uma rede com tecnologia sem fio, que faz a conexão de computadores, impressoras, scanners e outros aparelhos por meio de ondas de rádio, em vez de cabos. A montagem é simples: instala-se um roteador, que torna possível a conexão de

todos os computadores com a internet, e um ponto de acesso, que permite a transferência de dados entre as máquinas. Em geral, o ponto de acesso já traz uma antena acoplada. Ela capta as ondas de rádio e transmite o sinal, em ambientes fechados, por um raio de até 90 metros. Os computadores e demais equipamentos da rede recebem ainda uma placa que os adapta à tecnologia sem fio. E pronto: a rede já pode entrar em ação e você não terá mais nenhum cabo para atrapalhar sua vida.

CUSTO MAIS ALTO – Além de acabar com a dor-de-cabeça causada pelos cabos, a tecnologia sem fio pode trazer outras facilidades, em especial para as empresas do setor de serviços. Em São Paulo, por exemplo, os garçons de algumas redes de restaurantes registram os pedidos em micros de mão e os dados são imediatamente enviados para um computador que fica na cozinha. O grande benefício é a agilidade e o conseqüente aumento da produtividade dos funcionários. "Os empresários começam a perceber que a tecnologia traz vantagens competitivas, pois o cliente valoriza uma empresa moderna, que se preocupa em utilizar todos os recursos possíveis para melhor atendê-lo", diz Eduardo Teixeira, consultor de rede da 3Com, empresa que fabrica produtos *wireless* (como é conhecida a tecnologia sem fio).

Ao contrário do que pensam muitos empreendedores, a tecnologia sem fio não é tão sofisticada nem inacessível às pequenas empresas. O projeto da primeira loja da ótica Behold, inaugurada em outubro de 2004, em um shopping de Curitiba, já previa uma rede sem fio, mesmo com apenas dois computadores. Evitar a construção de um fundo falso e dar à loja um aspecto moderno foram os principais motivos para que o proprietário, Maurício Arroio, optasse, desde o início, pela rede sem fio — sem falar na fácil instalação. "Há muita tecnologia disponível no mercado. As empresas é que não usam, por não perceberem o quanto aquilo pode ajudar a resolver os problemas do seu negócio", diz.

O custo ainda pode ser um empecilho para quem quer aderir à tecnologia sem fio. Embora os preços estejam caindo a cada dia, hoje a rede sem fio é cerca de 15% mais cara em relação à cabeada. Vale a pena, talvez, nos casos em que mobilidade é fundamental, seja para a movimentação dos funcionários dentro da empresa (como é o caso dos restaurantes) seja porque há perspectiva de mudança de endereço.

Como toda tecnologia nova, há ainda alguns riscos a considerar. Se houver muitos obstáculos entre os equipamentos interligados (como paredes espessas e eletrodomésticos que operem com freqüência de rádio), será necessário adquirir novos pontos de acesso para garantir uma boa transmissão — o que encarece ainda mais o orçamento. Caso a solução não seja satisfatória, o sinal pode não atingir perfeitamente todos os equipamentos da rede e interferências na transmissão tornam-se freqüentes.

Para quem já possui uma rede instalada, os especialistas não aconselham a migração para a tecnologia sem fio. A mudança não trará vantagens significativas, a menos que esteja em jogo a mobilidade. "A rede sem fio tem que ser uma decisão estratégica, uma ferramenta de gestão. Caso contrário, você irá subutilizar essa tecnologia, que não é tão barata, e desperdiçar o dinheiro que investiu", afirma Suemitsu Osada, consultor do Sebrae São Paulo. ☐ CAROLINA DALL'OLIO

PARA FICAR LIGADO

Confira os produtos básicos para montar uma rede sem fio sem gastar muito

FORNECEDORES	PRODUTOS	PREÇOS (Em R$)
3Com	Roteador	510
	Ponto de acesso	430
	Placa adaptadora	410 (por micro)
	Total*	5.040**
Trendwar	Roteador	600
	Ponto de acesso	450
	Placa adaptadora	170 (por micro)
	Total*	2.750**
LinkSys	Roteador	400
	Ponto de acesso	320
	Placa adaptadora	240 (por micro)
	Total*	3.120**

* Total estipulado para uma rede de 10 micros
** Não está incluso o valor da instalação. O preço do serviço varia entre 500 e 2.000 reais. Vale lembrar que o custo sobe se a rede incluir impressoras, scanners e outros dispositivos que necessitem de adaptadores

Fontes: Revendedores

PROGRAMA

Farejador de arquivos

Google lança ferramenta de busca para organizar informações no trabalho

A empresa Google lançou, em março, o seu serviço de busca e organização de arquivos em ambiente de trabalho, o Google Desktop Search. A ferramenta usa o sistema de busca virtual mais conhecido do mundo para fazer no disco rígido do seu computador um trabalho semelhante ao que o Google faz em toda a internet. Por meio de palavras-chave, o programa procura no seu PC diferentes tipos de arquivos, páginas web e e-mails.
Em outubro de 2004, a Google havia lançado uma versão-teste do buscador, mas que não conseguia abrir arquivos no formato PDF. O defeito foi corrigido. A segurança também melhorou. Os usuários podem bloquear a abertura de documentos protegidos por senha. Você pode baixar o programa pelo site *http://desktop.google.com/*, sem custo, mas, por enquanto, ele só está disponível para Windows 2000 SP3 e Windows XP. ☐ C.D.

Quem quiser pode bloquear a abertura de alguns documentos

0 XX 11 5091 2400 | www.varig.com.br/corporate ou consulte seu agente de viagens

Sua empresa agora pode administrar melhor a compra de bilhetes aéreos.

Com os novos cartões VARIG Corporate sua empresa e seus funcionários passam a contar com inúmeras vantagens nas viagens a negócios. Você recebe faturas de despesas aéreas centralizadas e detalhadas, além de relatórios de todas as viagens realizadas pelos funcionários. Não há taxa de anuidade e o cartão é aceito em mais de 180 companhias aéreas do mundo. Acesse www.varig.com.br/corporate ou consulte o seu agente de viagens e peça já os cartões para a sua equipe.

MODA

O mínimo é o máximo

Um guarda-roupa eficiente não precisa estar abarrotado. Basta abrigar as peças certas

A maioria dos mortais, entre eles você, já se deixou seduzir pelo apelo das liquidações ao menos uma vez na vida e encheu as sacolas com peças de cores fortes, excesso de detalhes e estampas chamativas. Num primeiro momento, abriu um largo sorriso, mas não demorou muito para perceber que as novidades serviriam apenas para abarrotar ainda mais o armário. Pois saiba que, tanto no caso dos homens como das mulheres, um guarda-roupa apinhado, cópia fiel das últimas tendências apresentadas nas passarelas, nem sempre é o ideal. Como a moda ganha novos ares a cada temporada, seguir seus passos à risca significa, em muitos casos, arranhar o figurino e gastar mais do que o necessário. "O segredo não está na quantidade de peças, mas na qualidade e na atemporalidade das escolhas", afirma a consul-

OLHO NO ARMÁRIO

Oito profissionais especializados em moda revelam quais as peças indispensáveis

MASCULINO

> Cláudio Vaz
Personal stylist

1 terno azul-marinho
3 camisas sociais brancas
2 camisas sociais azul-claras
1 calça cáqui mais esportiva
1 calça cinza, lã super 100%, corte clássico
1 blazer avulso, três botões, padronagem clássica (xadrez príncipe-de-gales)
3 gravatas (lisa, falsa lisa e listrada)
1 malha decote V, areia ou cáqui
1 jaqueta de couro clássica
1 jeans lavagem escura
3 camisetas básicas (preta, branca, cinza)
2 camisetas tipo pólo

1 sapato social preto
1 sapato de camurça marrom fechado
1 par de tênis

> Patrícia Gaia
Diretora de marketing do Grupo Armani e D&G

1 costume cinza-escuro
1 costume azul-marinho escuro
5 camisas sociais, brancas e azuis
4 gravatas listradas para o cinza, marinho, azul-claro e bordô

1 gravata lisa cinza-escura
1 calça social preta
1 camisa esporte branca
1 camisa esporte preta
1 suéter com decote-careca
2 camisetas tipo pólo (cinza, preta, marinho ou branca)
1 sapato social preto
1 sapato esporte

> Paulo Tavares
Sócio da confecção Yachtsman

1 terno escuro
1 terno cáqui
3 camisas sociais (branca, azul-claro e rosa-claro)
2 gravatas
1 blazer escuro
2 calças tipo alfaiataria (preto, marinho, cinza ou marrom)
2 camisas fio-tinto, listradas (uma fundo escuro, outra fundo claro)
1 calça de sarja esportiva cáqui
1 jeans lavagem escura
2 camisetas tipo pólo coloridas
3 camisetas
1 sapato social preto
1 sapato esportivo

> Ricardo Almeida
Estilista

1 terno preto ou *dark blue*
1 costume cinza-mescla escuro
3 camisas sociais brancas
3 camisas sociais azul-claras
5 gravatas (lisas, listradas e falsas lisas)
2 camisetas brancas
2 camisetas pretas
1 suéter com gola-careca
1 blue jeans
1 dark jeans
1 calça esportiva (bege ou preta)
1 jaqueta de lã fria
1 sapato preto de amarrar
1 sapato esportivo

tora de moda e estilo Glória Kalil, autora do livro *Chic, um guia básico de moda e estilo* (Editora Senac, 69 reais, 250 páginas).

Segundo Glorinha, como ela é mais conhecida, o melhor caminho para fazer de seu guarda-roupa um amigo para todas as horas é recheá-lo com o que ela chama de superheróis. São roupas clássicas, de fácil coordenação, que proporcionam com o mínimo, o máximo de variação. "Com boas peças básicas, homens e mulheres dão a volta ao mundo sem perder a pose e o estilo", afirma a especialista.

Entre os super-heróis a que a consultora se refere, figuram a camisa branca, o jeans *five pockets* de lavagem tradicional, o vestido pretinho, o terno escuro e as gravatas listradas. Embora poucas, é essencial que as peças sejam de qualidade, de bom corte, de tecidos impecáveis e cores neutras.

MESMO TEMA – A esta altura, você deve estar se perguntando se, com o passar do tempo, os clássicos também precisam se renovar. "Com certeza", afirma a especialista. "O que deve mudar, porém, é o estilo de cada peça, não o mínimo necessário que você deve ter no armário."

Como exemplo, ela cita o blazer preto feminino, que atualmente está mais curto e ajustado ao corpo, assemelhando-se a um casaqueto. Anos atrás, ele era largo e longo. "São variações sobre o mesmo tema, mas ele será eternamente um blazer preto, apontado como curinga do guarda-roupa", diz. Agora, confira com atenção as sugestões apresentadas por oito especialistas em moda e estilo. Rapidamente você perceberá que não é preciso muito para manter a pose.

a um guarda-roupa básico e eficiente

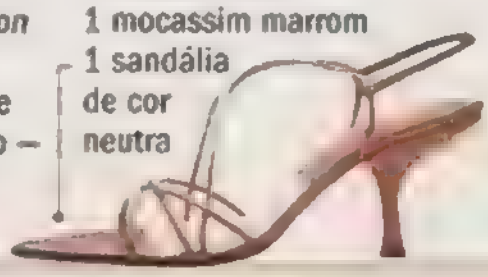
FEMININO

> Cristiane Gurgel
Consultora de moda e estilo

1 saia tipo lápis (bege ou preta)
1 blazer mais curto e ajustado ao corpo
1 camisa branca
1 camiseta básica branca
4 blusas com decotes variados e complementares aos tons neutros de bege, cinza e branco
1 calça reta, de tecido nobre, preta
1 calça reta, mais esportiva, bege
1 calça jeans five pockets, lavagem escura ou dark jeans
1 vestido preto, leve, corte evasê, sem detalhes, de crepe, *chiffon* ou cetim
1 *trenchcoat* – misto de capa e casaco comprido – de gabardine, cetim de algodão ou sarja
1 sapato chanel, salto médio para alto
1 sapatilha esportiva
1 sandália alta

> Glória Kalil
Consultora de moda

1 blusa leve
1 camisa branca
1 camiseta branca
1 camiseta listrada azul e branca
1 suéter ou cardigã (areia, marinho ou cinza)
1 blazer preto
1 terninho clássico
1 mantô de lã (preto, marinho, camelo ou marrom)
1 saia preta
1 vestido pretinho
1 vestido de verão
1 calça cáqui
1 calça preta
1 calça jeans tradicional
1 escarpim preto
1 sapato baixo
1 mocassim marrom
1 sandália de cor neutra

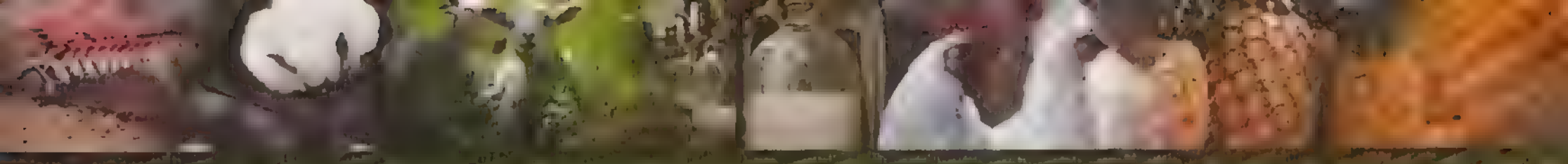


> Paula Raia
Estilista da grife paulista Raia de Goeye

1 camisa branca, corte clássico, tecido nobre
1 camisa branca esportiva
1 jaqueta de sarja
1 blazer acinturado mais curto
1 calça de corte clássico, tom neutro
1 calça de tecido leve, ligeiramente pantalona
1 saia tipo A, na altura dos joelhos (preto, palha ou camelo)
1 bermuda sequinha, sem detalhes
1 regata (branca, preta ou bege)
1 camiseta básica
1 jeans de lavagem escura
1 escarpim de bico fino, salto de baixo para médio
1 sapato de salto alto
1 par de tênis

> Regina Martelli
Consultora de moda do Jornalismo da TV Globo

1 conjunto de paletó e calça, corte clássico (cinza-médio ou bege)
1 mantô 7/8 (preto, marrom ou bege-queimado)
1 camisa listrada em tons neutros
1 camisa branca
1 saia evasê, linha A, com estampa floral discreta
1 casaco em tons de telha, bege ou laranja
1 blusa básica branca
1 blusa básica preta
1 jaqueta com zíper, mais ajustada, lã ou *tweed*
1 suéter de gola V
1 cardigã ou *twin set*
1 saia justa preta
1 vestido de noite (verde, azul-noite ou preto)
1 saia molenga na altura dos joelhos
1 blusa com toque de brilho para a noite



Prêmio
"As Melhores do Agronegócio".
Elegendo o que o Brasil tem de melhor no campo.

Em agosto os nomes mais importantes do setor agropecuário no Brasil concorrem ao prêmio "As Melhores do Agronegócio".

A revista que há 20 anos é referência no mercado do agronegócio premia aqueles que movimentam um dos segmentos mais importantes da economia do país, com 40% do PIB brasileiro e responsável por um superávit comercial superior a 34 bilhões de dólares no mercado internacional. Ao todo serão avaliados 30 setores, divididos em 4 categorias:

- Extração e produção agropecuária (primário)
- Industrialização (secundário)
- Insumos
- Distribuição (terciário)

Prêmio "As Melhores do Agronegócio".
Reconhecimento para os profissionais agropecuários.

Revista GLOBO RURAL

EDITORA GLOBO

MINIFÁBRICAS
para você iniciar seu negócio

Escolha um dos equipamentos apresentados e comece agora mesmo, sem gastar muito dinheiro

Na garagem, num quarto vazio ou em qualquer canto livre de sua casa, você pode iniciar uma minifábrica com apenas um ou outro equipamento. Selecionamos quatro máquinas em diferentes setores para facilitar a sua decisão. É uma oportunidade de você testar as suas habilidades empreendedoras, sem ter que investir grandes quantias nem correr altos riscos. Mesmo assim, é aconselhável que você dê preferência a um ramo com o qual tenha afinidade.

CARTUCHOS

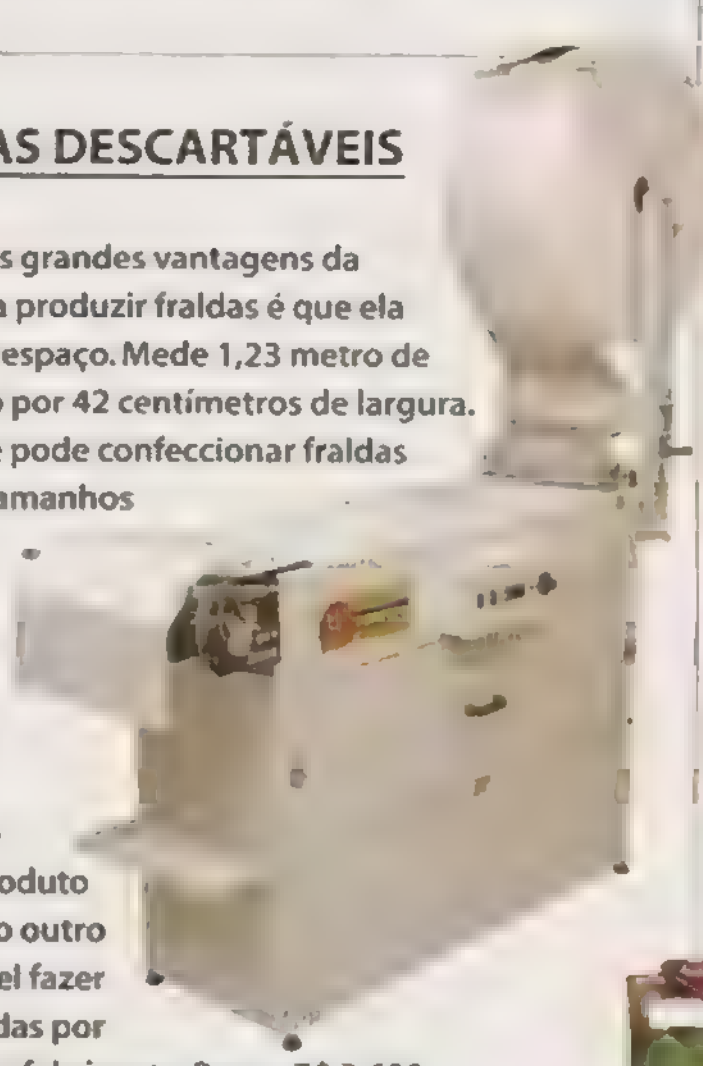
$$$ Uma das atividades que mais cresceram nos últimos tempos é a reciclagem de cartuchos. Quem pretende iniciar um empreendimento no ramo pode comprar uma das máquinas fornecidas pela Ink Press. O modelo que aparece na foto acima é para recarga de cartuchos coloridos, mas a empresa fornece também equipamentos destinados a cartuchos de tinta preta. Ambos funcionam em 110 ou 220 volts e têm capacidade para 70 cartuchos por hora. As máquinas permitem também a realização de limpeza interna nos cartuchos velhos. Preços: R$ 2.490 (cartuchos pretos) e R$ 3.090 (cartuchos coloridos). Tel. (11) 4617-3205, www.inkpress.com.br

SUA PIZZARIA

$$$ Uma pizza quentinha sempre dá água na boca. Mais que isso, é uma boa alternativa para quem quer faturar um dinheiro extra. Você pode comprar um forno da Compactaprint, capaz de assar 12 minipizzas ou uma grande em apenas 90 segundos. O equipamento é ideal para quem quer atender festas, colégios, freqüentadores de campos de futebol e locais públicos em geral. O forno funciona a gás, possui dois queimadores infravermelhos e uma pedra refratária giratória que conserva e distribui o calor por igual. Preço: R$ 1.398. Tel. (11) 3188-7000, www.compactaprint.com.br

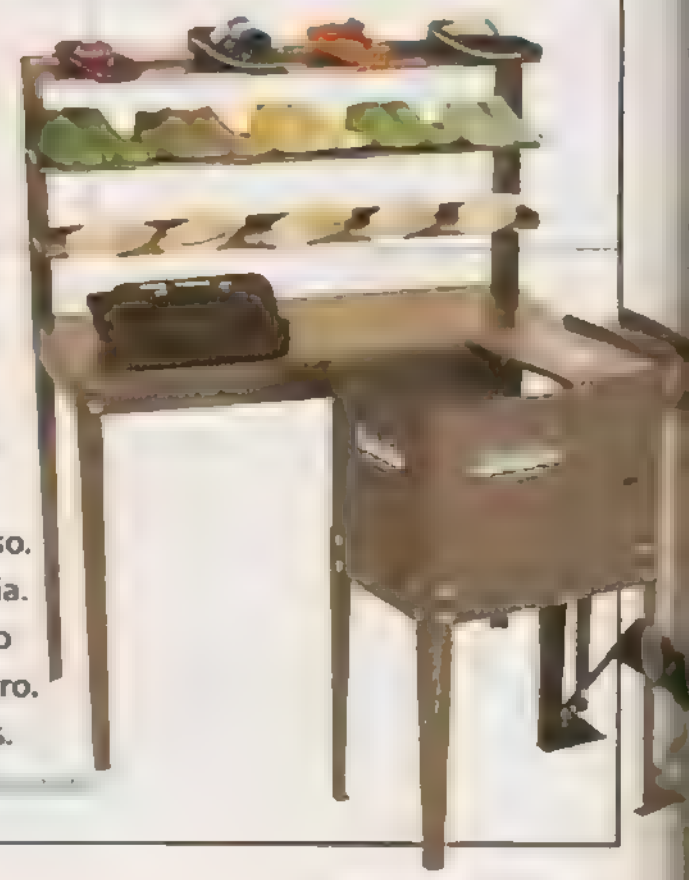
FRALDAS DESCARTÁVEIS

$$$ Uma das grandes vantagens da máquina para produzir fraldas é que ela ocupa pouco espaço. Mede 1,23 metro de comprimento por 42 centímetros de largura. Com ela, você pode confeccionar fraldas infantis nos tamanhos P, M, G e GG, além das fraldas geriátricas. Basta colocar a manta no equipamento para que o produto saia pronto do outro lado. É possível fazer até 2.000 fraldas por dia, segundo o fabricante. Preço: R$ 2.690. Tel. (11) 3188-7000, www.compactaprint.com.br



FÁBRICA DE CHINELOS

$$$ Você pode fazer chinelos de dedo, tipo sandália, com jeito de papete, entre outros tantos modelos, usando a máquina fornecida pela empresa Bomsucesso. O equipamento permite produzir até 100 pares por dia. Em média, o preço de custo é de 3,50 reais por peça e o de venda, 5,50 reais, o que dá uma boa margem de lucro. Entre os potenciais clientes estão lojas, hotéis e motéis. Preço: R$1.199. Tel. (11) 5585-2334, www.bomsucesso.com.br



Fotos: Divulgação

ESTADÃO
DÚVIDAS SOBRE COMO VALORIZAR MAIS O SEU DINHEIRO
A Revista Estadão Investimentos
apresenta materias com informações
Já nas bancas!
• Meirelles, do BC, promete estabilidade para os investidores.
• Fique atento aos prazos e ao perfil das aplicações.
• Um dia no mercado financeiro.
• A opção pelos imóveis.
• Teste seu gerente.
ESTADÃO
INVESTIMENTOS
FAÇA VALER seu dinheiro
ESTADÃO
www.estadao.com.br/investimentos

VITRINE DE NEGÓCIOS

VITRINE DE NEGÓCIOS

MONTE SEU NEGÓCIO

Fabrique Blocos

- Até 2000 blocos/dia
- Baixo custo – energia elétrica
- Blocos de fino acabamento e alta resistência
- Assistência técnica permanente

PERMAQ MÁQUINAS PNEUMÁTICAS

Av Sapopemba, 7218 - SP - CEP 03374-001
Tel.: (11) 6918-9925
E-mail: vendas@permaq.com.br
www.permaq.com.br

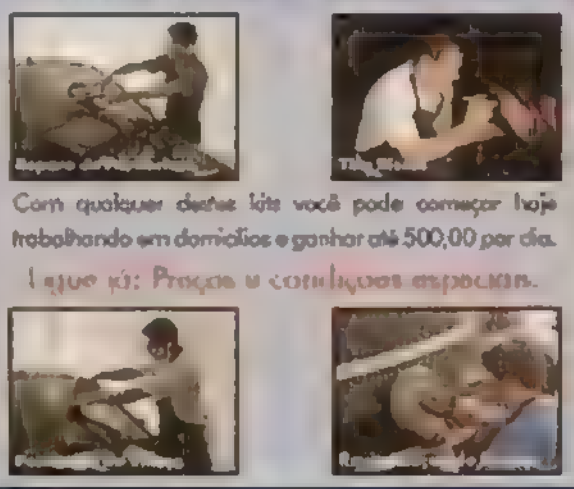
ABRA SEU PRÓPRIO NEGÓCIO!!

MÁQUINAS DE:

SOLICITE CATÁLOGO GRÁTIS • ACEITAMOS CARTÃO DE CRÉDITO

COMERCIO COM DE MAQUINAS
Fone: (011) 6440-8456 - Fone/Fax: (011) 6409-7281
http://www.clockcolor.com.br

GANHE ATÉ R$ 500,00 POR DIA!



Com qualquer destes kits você pode começar hoje trabalhando em domicílios e ganhar até 500,00 por dia.

Ligue já: Preços e condições especiais.

3023.3004

JET 90

Sol, verão, corpos bonitos e bronzeados; é lucro certo.

BRONZEAMENTO A JATO

Como visto na TV, sucesso em clínicas e salões de beleza.

- Equipamento completo
- Curso em vídeo ou dvd
- Banner para divulgação
- Solução (DHA) para 20 aplicações
- Aprovado pelo Ministério da Saúde
- Garantia e assistência técnica em todo o Brasil

F.: (15) 3224-2067
www.jet90.com.br

Franquia em Casa

você quer ter a sua?

Conheça uma inovadora proposta de franquia na qual você investirá muito pouco e poderá ganhar mais de R$5.000,00 por mês!

www.franquiaemcasa.com.br

Embeleze seu bolso

Informações e Franquias:
(0xx41) 667-4343
kendra.com.br

KENDRA COSMÉTICOS

Máquina de fazer DINHEIRO

também borda, faz arte e compra felicidade

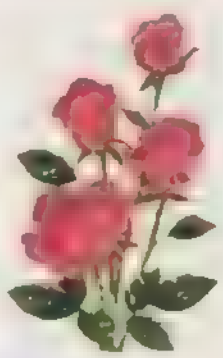
Descubra um jeito gostoso e diferente de fazer dinheiro com Brother.
O modelo certo, sob medida e pronto para trabalhar,
ideal para você iniciar um grande negócio e começar rapidinho a faturar.

Rápida e Profissional

PR600 FAZ DO SEU INVESTIMENTO UM GRANDE NEGÓCIO

- Uma cabeça com 6 agulhas
- Velocidade de 1.000 ppm
- Área de trabalho de 300 x 200mm
- Sistema automático de colocação de linha
- Porta para conexão USB
- Display cristal líquido colorido
- Lê arquivo industrial DST

Bastidor para bones (opcional)



Distribuidores e Assistência Técnica Autorizada

Região SP e outros Estados
Serv-Mak
Av. Celso Garcia, 4423 - Tatuapé
São Paulo – SP / Cep: 03063-000
Fone: (11) 295-1022
www.serv-mak.com.br

Região RS e SC
Celmáquinas
Av. Benjamin Constant, 1362 - Floresta
Porto Alegre – RS / Cep: 90550-002
Fone: (51) 3325-1215
www.celmaquinas.com.br

brother
At your side.
www.brother.com.br

CLASSIFICADOS

PEQUENAS EMPRESAS & GRANDES NEGÓCIOS

ADVOCACIA

ADVOCACIA EMPRESARIAL

Contenciosa e Consultiva áreas civil, trabalhista e tributária, inclusive administrativa 20 anos de atuação. Maurício Christino, OAB/SP 77192, Fone: (11) 3106-8625/3295-6569. E-mail: mauricio.christino@aasp.org.br

ALARMES

ALARMES AUTONOMUS

Acionados a pólvora. Multiuso. Seja nosso revendedor independente, catálog. grátis. F./Fax: (51) 3246-8128/www.autonomus.com.br

CONTABILIDADE

MASTER CONSULTORES

Aberturas e contabilidade. PABX/Fax: (11) 3835-2225. www.masterconsultores.com.br

CONFIRP CONTABILIDADE

Certificada ISO 9001/2000. www.confirp.com comercial@confirp.com Fone: (0xx11) 5078-3000.

NK CONTABILIDADE

"Desde 1977 no Mercado" Abertura de empresas com consultoria e todos os suportes necessários para sua SOLIDEZ; a partir de 2x R$100,00. PABX: (0xx11) 5080-3300. www.nkcontabilidade.com.br

GONÇALVES & ASSOCIADOS

Soluções para os pequenos num mundo de grandes. Fone.: (11) 5565-4580. Assessoria contábil e consultoria jurídica-tributária. e-mail: g.aser@terra.com.br

CURSOS

ACEITO PARCERIA

30 cursos de capacitação feito p/ Prefeitura, Sebrae, Senac, Univ., Facul., Sind. Ongs, Cond. OAB, Cruz Verm. Cooperativa, etc. F.: (21) 9223-6316 - Eiraldo.

CURSO DE AFIAÇÃO EM VÍDEO

R$ 200,00. Despachamos para todo Brasil. F.: (11) 3209-2601. www.geocities.com/cursodeafiacaosm

MÉDICO DOS RETROVISORES

Temos cursos práticos em reparação de retrovisores automotivos. Aposte nessa inovação em sua cidade, ligue: (92) 622-3483. Curso didático c/ Sidney Cury.

DISTRIBUIDORES

DISTRIBUIDOR

A Bella Brazil Cosméticos, está selecion. distribuid. p/ várias regiões do Brasil. Produt. de alta qualid. c/ excelente lucrativ. (11) 3666-2502 - bellabrazil@uol.com.br

TENHA SEU PRÓPRIO NEGÓCIO

Franquia pessoal de perfumes em vendas diretas. Excelente margem de lucro e plano de carreira. Ligue: (11) 3541-2522. www.essenzareale.com.br.

BAD BULL ENERGY DRINK

Passa distribuição para todo Brasil. Prod. 1° qualidade F.: (71) 8803-2905 - www.badbull.ind.br

MONTE SEU NEGÓCIO!

Estamos selecionando distribuidores p/ todo o Brasil. Perfumes cosméticos c/ essências importadas. Produto de ótima qualid. Lucratividade de 150%, direto c/ indústria. (51) 459-4141 www.biocosmetica.com.br

DIVERSOS

MÉDICO DOS RETROVISORES

Automotivos. Buscamos representantes/distribuição p/ td Brasil. Peças, compon. de retrovisor. (92) 622-3483 Sidney Cury

ESQUEMAS NILTON

Para você ganhar na megasena, dupla sena, quina e lotomania. Inf.: C. Postal 371 CEP 09910-970/SP. F: (11) 4055-4464. Site: www.pega-sena.com.br

FRANQUIAS

CURSOS PREPARATÓRIOS

Ofereço sociedade/parceria franquia, preparação concur. públicos. (21) 9404-5743/9152-0489

HERBALIFE, BUSCA EMPREEND.

Para atuar, área de bem estar e saúde, peq. inv. ótimo retorno s/ risco. Fone: (41) 3024-4455 / (41) 9951-4455 - Célio.

AG. DE NAMORO - AMOR PERFEITO

Adquira sua franquia. Mercado em constante crescimento. F: (14) 3227-5909/9790-7410.

FESTAS

MENDES BRINQ

Vende e aluga. Balão pula-pula, piscina de bolinhas. Fone (0xx11) 3859-5867. www.mendesbrinq.com.br

INTERNET

MONTAGEM DE SITES

Desenvolv. montagem e manutenção de sites para empresas pessoais e conteúdo adulto F.: (13) 466-6986 www.bromios.com.br

CRIAÇÃO DE SITE

www.mundialsite.com.br F.: (11) 8114-6638 / 5891-4942 Faça seu site conosco!!

As mensagens dos Classificados da Revista Pequenas Empresas & Grandes Negócios são de responsabilidade de quem as assina.

Para anunciar, ligue: (0xx11) 3214-1143

EMPRESAS NEGÓCIOS

MÁQUINAS

MÁQUINAS P/ FABRICAR TIJOLO
Ecológico. Garanta o menor custo e qualidade em sua obra. Tecnologia solo-cimento. Curso grátis. F: (61) 386-7565.

MÁQUINA DE SACOLA PLÁSTICA
Impressora para 2 cores automática e corte e solda pneumática com CLP, totalmente automática. Rendimento 3.500 sacolas por hora. Fone (19) 3886-6089.

MÁQUINAS P/ FABRICAR BLOCO
E lajotas p/ paviment., resistência, qualidade, div. modelos de suces. p/ seu neg. (61) 386-7565.

NEGÓCIOS

NATURALIZAÇÃO ESTRANGEIROS
Regularize sua situação no país em 90 (noventa) dias. Temos meios jurídicos para legalização de sua situação no país. Avenida Ipiranga, 1.123 conjuntos 203/204 - Centro/SP Fone.: (0xx11) 3326-6035. delcredito@delcredito.com.br

ESCOLAS DE COMPUTAÇÃO
Suzano e Ferraz de Vasc. Excel. cart. de alunos. Fat. R$ 15mil cada esc. Franquia. (11) 9705-4881

TENDÊNCIA MUNDIAL
Procuro parceiros de negócios p/ ganhos acima de R$ 4.000,00 nf.: www.sucessoglobal.pro.br

ESTILO DE VIDA
Ganhos acima de R$ 3.000,00 com negócio próprio, venha conhecer - www.vidanova.pro.br

NEGÓCIOS & OPORTUNIDADES
Conheça várias opções de ganhos via Internet em único site. Ices.: www.inforenda.ubbi.com.br

MONTE S/ NEGÓCIO-APRENDA
Lavar sofá, estofado de carro, carpetes. C/ tecnologia, apostila, vídeo e sup. do mestre maquinário, impermeabilizantes e prod. p/ lavar. Fone: (11) 3208-2039.

PARCERIA DE SUCESSO
MOAI Cosméticos e Araxá COLLECTION Cosmética Thermal Marcas de sucesso, com produtos de alta qualidade, preço competitivo, visual atraente e linha exclusiva, oferece oportunidade para pessoas que estão à procura de um negócio lucrativo em um segmento que apresenta crescimento contínuo, no sistema de comercialização direta (porta a porta). Ligue para (11) 5017-7017/0800-7707780 www.devise.com.br

**** OPORTUNIDADE ****
Aumente sua Renda....
Dê uma chance para você!
www.SEUSUCESSO.com.br

Strategy
A Strategy é especialista em marketing de guerrilha e marketing "no media" (ou marketing epidemico) para as pequenas e médias empresas. São métodos comprovadamente eficazes no qual tomarao a sua empresa muito mais competitiva, isso porque faremos um trabalho totalmente integrado dentro da sua firma!

Ligue para: 5044-5807 ou 7134-9693 e fale com Rodrigo ou acesse o site www.strategynegocios.com.br

Strategy a solução inteligente para a sua empresa

PALMILHA EMBALADA SPRINT
R$ 0,79 o par. Frete Fob, sem pedido mínimo do 35 ao 44. (35) 3267-2093 - sprintte@terra.com.br

PLANO DE NEGÓCIOS
Elaboramos seu PLANO DE NEGÓCIOS, ferramenta indispensável para avaliação de sua Empresa e no seu relacionamento com Bancos, Clientes e fornecedores. (11) 3825-0256

NEGÓCIOS NA EUROPA
Representamos seus produtos, elaboramos estudo de mercado e normalização da comunidade. Portugal - F: (xx 351 21 9244516) Brasil - Fone (0xx17) 235-3613 mktnet@terra.com.br

OPORTUNIDADES

PROPAG. E MARKET.

MARKETING E VENDAS
Conheça seu mercado. Segmentação para varejo: por bairro, renda familiar, idade, escolaridade, posse de bens, tipos de moradia e profissões. Tds as cidades brasileiras. (11) 3040-1675 www.telecomeconomia.com.br

REPRESENTANTES

GUIA DE REPRESENTAÇÕES
Centenas de indústrias buscando representantes. Fone: (11) 3214-1829 - www.guiarc.com.br

PRODUTO INÉDITO NO BRASIL
Oferecemos exclusividade por região. Ligue (14) 3626-2113 www.brindeleve.com.br

SERVIÇOS

ALGUÉM LHE DEVE?
Delcrédito cobra em qualquer parte do país, sem custo para sua empresa, cheques sem fundos, duplicatas, Nota Promissórias, aluguel e outros. Av. Ipiranga, 1123 cjs. 203/204 Centro/SP Fone.: (11) 3326-6035. delcredito@delcredito.com.br

SOFTWARE

***BOLETOS BANCÁRIOS ***
Novo software, novos recursos. Impressão, boletos por e-mail, importação e exportação de dados. Download e demo: www.neointerativa.com.br info@neointerativa.com.br

TELEMENSAGEM

ABRA SUA TELEMENS. JÁ
Kit compl. em 3x R$ 33,00. Frete grátis p/ todo Brasil. Fone: (11) 5814-9000 / 5511-5365 - 24h.

KIT'S TELEMENSAGEM
CD's orig. e lançam. Dia das Mães. Grátis espera pers., agência compl. Melhor preço, Pagto facil. visa/cheque STUDIOFM - (11) 3901-4075

DISTRIBUID. E REVENDEDORES
Para pomada natural indicada para inflamação de ouvido, garganta, nervo ciático, coluna, reumatismo e musculatura. Com Excelente Margem de Lucro. Pagamos propaganda em rádio para alavancar vendas. Distribuidora Muza Ltda. Fone: (0xx67) 421-3014.

OPORTUNIDADE DE NEGÓCIO
Multinacional procura pessoas p/ ganhos acima de R$ 3.500,00 www.sucessomundial.adm.br\luiza

AUTOEMPREGO
Excelente negócio para Patrões e Empregados. Admitimos autônomos. Pagamos fixo, ajuda e 20% de comissão. MICROMÁQUINAS. www.autoemprego.com.br

$$$$ OPORTUNIDADE $$$$
Todos os anos 20 milhões de Brasileiros estudam Inglês! Firma Européia procura contato com pessoas / firmas em todo Brasil que já têm ou sabem formar equipe de venda direta, para comercializar Curso de Inglês, especialmente desenvolvido para motoristas aproveitarem o tempo perdido no trânsito (9 CDs e Livros). info@lincass.com

ABRA UMA FACTORING
Um bom negócio
Adquira palestra em Fita VHS ou DVD c/ 90min. de gravação mais apostila com legislação e modelos de contratos e doctos. Saiba tudo sobre Factoring e como abrir sua empresa. Estamos no ramo há dez anos. Veja conteúdo da palestra no Site: www.crediara.com.br F.: (16) 3336-5645 / 3335-9957

EMPREENDEDORES
Empresa de Telefonia procura Parceiros p/ desenvolver negócio em casa. Lucros de 5.000 dólares mensais. Informações no site: www.lucros.cjb.net

PARA ANUNCIAR
nos classificados da revista PEGN, ligue: (11) 3214-1143 ou classificadosglobo@terra.com.br

As mensagens dos Classificados da Revista Pequenas Empresas & Grandes Negócios são de responsabilidade de quem as assina.

A Embelleze acredita na beleza como força da vida e trabalha como multiplicadora da auto-estima e bem-estar das pessoas. Líder em transformação e coloração, a Embelleze abre oportunidade para você trabalhar com uma marca de sucesso através das franquias do Instituto Embelleze.

Formação em Beleza

Escola para formação de Profissionais em Beleza.

Salão de Beleza

Profissionais experientes supervisionarão os trabalhos das franquias, garantindo a qualidade dos serviços.

Boutique de Beleza

Sua loja será uma revendedora oficial das soluções de beleza da Embelleze. Sucesso absoluto de itens comercializados no Brasil e no exterior.

INSTITUTO EMBELLEZE

Arte e Beleza Profissional

www.institutoembelleze.com • franquia@institutoembelleze.com

Tel: 21 4003 2663 / 11 5094 6660

Ligue agora e receba o KIT do INVESTIDOR com todas as informações sobre a nossa oportunidade em franquias.

Itautec
A solução completa.

SERVIDORES ITAUTEC, SOLUÇÕES COMPLETAS E CONFIÁVEIS, COM 3 ANOS DE GARANTIA**.

intel inside XEON

Foto ilustrativa

SERVIDOR ITAUTEC 1252
Código da oferta: SI033PE

- Processador Intel® Xeon® 2.66 GHz
- 512 MB DDR com ECC • HD 80 GB fixo
- Floppy 3 1/2" 1.44 MB • CD-ROM 24x IDE
- Placa de vídeo 8 MB • 1 placa de rede Gigabit e 1 placa de rede local integradas
- Teclado e mouse • 3 anos de garantia on site**

10x R$ 689,90* sem juros

ou 6.899,00 à vista

Consulte sobre financiamento pelo BNDES.

VANTAGENS ITAUTEC PARA SUA EMPRESA:

- Inclui sistema operacional Windows® 2003 Small Business Server Standard
- Ser o host do próprio e-mail, intranet e site
- Utilizar o produto em pequenas redes
- Organizar ambientes
- Trabalhar com escalabilidade de usuários
- Gerir a segurança no acesso à internet com Firewall***
- Administrar um banco de dados confiável e robusto***

Oferta válida até 19/4/2005 ou enquanto durarem os estoques. Intel, Intel Inside, o logotipo Intel Inside e Intel Xeon são marcas registradas ou marcas comerciais da Intel Corporation ou suas subsidiárias nos Estados Unidos e outros países. Microsoft e Windows são marcas registradas da Microsoft Corporation. *Somente no cartão de crédito. **Garantia de 3 anos on site, de 2ª a 6ª, das 8h30 às 18h, em um raio de 50 km do Centro de Serviços Itautec mais próximo. ***Disponível apenas na versão SBS Premium. Preço com impostos inclusos para São Paulo. Frete não incluso. Demais características técnicas e de comercialização estão disponíveis em nosso site e no Televendas. Fica ressalvada eventual retificação da oferta aqui veiculada. Quantidade: 10 unidades.

Compre diretamente do fabricante:

0800 121 444

De 2ª a 6ª das 8h às 22h. Sábado, das 9h às 18h. Domingo, das 12h às 18h.

Pela internet:

www.itautecshop.com.br